

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：7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	Covid19及HIV家用快篩試劑	網路	7/20-8/2	公共關係室	公務預算	嚴重特殊傳染性肺炎防治及紓困振興特別預算	99,780	凱絡媒體服務股份有限公司	鼓勵民眾使用Covid19及HIV家用快篩試劑，預期8,000次點擊	VPON手機橫幅廣告
			7/23-8/5				217,168		鼓勵民眾使用Covid19及HIV家用快篩試劑	交友軟體Grindr執行網路Banner廣告
			7/30-8/12				173,734			交友軟體Jack'd執行網路Banner廣告
			8/1-8/14				217,168			交友軟體Hornet執行網路Banner廣告

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：7月（110/12/22更新）

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
中央健康保險署	健保各項政策	廣播	5/14、5/21、7/5-7/9	企劃組	公務預算	健保業務-健保政策規劃與推展-一般事務費	95,000	IC之音竹科廣播電台	促進民眾認識健保各項政策，慎用健保資源	IC之音竹科廣播電台
	健保各項政策	素材	7/12	企劃組	公務預算		177,600	博創印藝文化事業有限公司		博創印藝文化事業有限公司
	健保各項政策	平面（雜誌）	6月-7月	企劃組	公務預算		16,250	台灣公共衛生學會		台灣公共衛生學會
	健保各項政策	廣播	1月-12月	東區業務組	公務預算		28,000	警廣花蓮分臺		警廣花蓮分臺
	健保各項政策 宣導	宣導布置耗材	110/8/1-110/10/31	臺北業務組	公務預算		6,800	高靖文具		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：7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
社會及家庭署	110年慶祝母親節「媽媽的斜槓人生」	活動、文案設計、廣告投放	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(含芒果遊戲及其他FB粉專) (1)一日媽媽大作戰達40,000次。 (2)媽媽圖書館達50,000次。 (3)宣傳影片30秒達8,000人次。 2. 母親節遊戲系統平台網頁瀏覽量達531,350人次；使用者人數量達22,634人次。	社家署Facebook、社家署YouTube、芒果遊戲遊戲系統平台
	0-6歲國家一起養	素材	7/23-7/30	家庭支持組	非營業特種基金-公益彩券回饋金	-	3,951,330	群鋒企業有限公司	寄送至2歲以下兒童戶籍地33萬9,478份、戶政事務所等相關機關1,831箱，以上共計100萬份，讓民眾知悉政府政策之美意。	2歲以下兒童戶籍地址、戶政事務所、醫療院所、鄉(鎮、市、區)公所、衛生所、托育資源中心、社會福利服務中心及地方政府社會局/衛生局。
	兒少收出養制度	廣播	6/28-7/11	家庭支持組	非營業特種基金-公益彩券回饋金	-	307,600	聯利媒體股份有限公司	廣播廣告306檔。	ICRT、好事989、山海屯廣播、港都電台、連花廣播)、全家企業頻道Fami Radio
	預防兒少遭擅帶離家	電視	7/9-7/18	家庭支持組	非營業特種基金-公益彩券回饋金	-	541,500	聯利媒體股份有限公司	電視廣告24檔，並達成46個'Grp's / 10秒	TVBS家族、東森家族、年代家族、無線台
	預防兒少遭擅帶離家	廣播	7/12-7/25	家庭支持組	非營業特種基金-公益彩券回饋金	-	307,600	聯利媒體股份有限公司	廣播廣告355檔次。	好事989、山海屯廣播、港都電台、連花廣播)、全家企業頻道Fami Radio、亞洲廣播、亞太電台、飛揚調頻
	未成年懷孕預防及家庭支持宣導	新媒體	7/15-7/21	家庭支持組	非營業特種基金-公益彩券回饋金	-	28,000	聯利媒體股份有限公司	輪播版位共7天。	Facebook動態消息廣告(圖片)
	未成年懷孕預防及家庭支持宣導	新媒體	7/15-7/21	家庭支持組	非營業特種基金-公益彩券回饋金	-	28,000	聯利媒體股份有限公司	輪播版位共7天。	Instagram動態消息廣告(圖片)
	未成年懷孕預防及家庭支持宣導	新媒體	7/21-7/30	家庭支持組	非營業特種基金-公益彩券回饋金	-	30,000	聯利媒體股份有限公司	輪播版位共10天。	Time Line貼文串廣告(影片)
	未成年懷孕預防及家庭支持宣導	新媒體	7/19-7/30	家庭支持組	非營業特種基金-公益彩券回饋金	-	30,000	聯利媒體股份有限公司	輪播版位共12天。	Line Today廣告(圖片)

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：7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
食品藥物管理署	用藥安全	新媒體	7/2-7/6	藥品組	藥07	政策宣導費	800	台灣年輕藥師協會	提升民眾用藥安全	粉絲專業推廣臉書
			7/27-8/1				500			
	家用新冠肺炎快篩試劑	新媒體	7/15-7/26	醫療器材及化粧品管理組	藥03	政策宣導費	269,724	士奇傳播整合行銷股份有限公司	提升民眾對醫療器材正確選安心用認知	OTV聯播網、部落格社群、商業理財、女性議題、綜合資訊、健康運動網站
	藥物濫用防制/我反毒我驕傲 打擊毒品動茲洞	新媒體	7/14-12/31	管制藥品組	藥粧02	政策宣導費	92,680	爆米花數位資訊股份有限公司	提升民眾反毒知識	Google、FB、IG
		新媒體	7/14-12/31	管制藥品組	藥粧02	政策宣導費	112,800			KOL粉絲專業推廣
		新媒體	7/14-8/2	管制藥品組	藥粧02	政策宣導費	0			奈米網紅粉絲專頁
	推廣「TFDA化粧品安全使用粉絲團」	新媒體	7/23-7/31	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	提升民眾用醫療器材安全使用認知	粉絲專業推廣臉書
	隱形眼鏡正確選用	素材製作	7/21		藥03	政策宣導費	50,000	威肯公共關係顧問股份有限公司		粉絲專業推廣臉書、line@
	購買醫材應注意事項/醫材安心三步驟	新媒體	6/28		藥03	政策宣導費	300,000			婉君的防疫小百科
	民眾使用家用新冠肺炎快篩試劑注意須知	素材製作	6/29-7/19		藥03	政策宣導費	50,000	威肯公共關係顧問股份有限公司		提升民眾用醫療器材安全使用認知

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：7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
國民健康署	菸害防制宣導-Line	網路	07/01	菸害防制組	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	522,630	凱絡	於Line Today焦點大看板第4則露出，共5萬次點選；於Line Lap聯播網共8,571-9,286次點選	Line、Line Lap聯播網
	擴大試管嬰兒補助	電視（文字訊息）	06/30-07/19	婦幼健康組	-	-	0	三立	提升民眾知曉擴大試管嬰兒補助之效益	三立新聞
	擴大試管嬰兒補助	網路	06/30-07/13	婦幼健康組	-	-	0	三立	預計曝光4,000,000次	三立新聞網 Mobile
	擴大試管嬰兒補助	網路	06/30-07/13	婦幼健康組	-	-	0	三立	曝光2,400,000次	三立新聞網 (PC)
	產檢擴大補助案(10秒篇)	其他	07/08-07/14	婦幼健康組	-	-	0	格威	觸及640,692人次，平均接觸3次、平均接觸率3.9%	緯來戲劇台
	產檢補助擴大宣導	網路	06/30-07/06	婦幼健康組	-	-	0	三立	曝光1,200,100次	三立新聞網
	宣導擴大產檢服務政策	電視	07/03-07/12	婦幼健康組	-	-	0	民視	執行105檔，共撥出1,050秒	東風衛視
	產檢補助擴大宣導	電視	06/30-07/06	婦幼健康組	基金預算	31菸害防制工作 /700健康傳播 /245業務宣導費	469,416	三立	GRPs=33.88、總觸及1365萬人次	TVBS、三立電視、緯來綜合台

國民健康署	落實糖尿病人自我健康管理-母女篇15"	電視	07/01-07/14	慢性疾病防治組	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	848,000	宏將廣告股份有限公司	301.38 GRPs/10秒，331檔	民視、東森新聞/戲劇/綜合、三立新聞、八大戲劇、緯來電影
	高血壓防治宣導-3C篇30"	電視	07/05-07/18	慢性疾病防治組	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	565,333	宏將廣告股份有限公司	224.13 GRPs/10秒，247檔	中視、TVBS/新聞、民視新聞、三立台灣、八大戲劇、東森電影
	落實糖尿病人自我健康管理-母女篇15"	網路	07/01-07/07	慢性疾病防治組	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	242,156	宏將廣告股份有限公司	806,536曝光數，288,524觀看數	Youtube影音廣告(pre-roll)
	糖尿病友及家屬居家防疫照護懶人包	網路	07/09-07/15	慢性疾病防治組	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	138,375	宏將廣告股份有限公司	2,140,961曝光數，4,608點擊數	FB貼文推播廣告
	糖尿病-標準篇30"	廣播	07/05-07/18	慢性疾病防治組	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	247,325	宏將廣告股份有限公司	共160檔	中廣流行網、寶島聯播網(6台)
	心血管疾病宣導-女兒提醒篇30"	廣播	07/05-07/18	慢性疾病防治組	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	297,970	宏將廣告股份有限公司	共590檔	好事聯播網(4台)、飛碟聯播網(9台)

預防心血管疾病-用「心」抗疫比以往更重要!	網路	07/20	慢性疾病防治組	-	-	0	民視	500-1000字網路訊息廣告1次	民視新聞網
COVID-19疫情期間糖尿病友及家屬居家防疫照護參考手冊*	網路	06/28	慢性疾病防治組	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	95,500	台灣基層糖尿病協會	製作「COVID-19疫情期間糖尿病友及家屬居家防疫照護參考手冊」，提供本署、縣市衛生局、糖尿病健促機構、學會、醫院、機構、學校等傳播運用	健康九九官網
子宮頸癌防治宣導	網路	07/23-07/29	癌症防治組	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	118,570	三立	預估觀看100,000次	Yahoo-影音串流廣告
子宮頸癌防治宣導	戶外	07/19-07/25	癌症防治組	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	209,580	三立	20秒/檔，每小時/6檔，共756檔	台北捷運月臺電視廣告
子宮頸癌防治宣導	戶外	06/28-07/11	癌症防治組	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	262,220	三立	20秒/檔，共1134檔/2週	高雄捷運月台電視廣告
子宮頸癌防治宣導	戶外	06/25-07/08	癌症防治組	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	121,660	三立	北北基、桃園、新竹、台中、台南、高雄等，共播出450,000檔	樂樂小黃車內電視廣告

國民健康署

子宮頸癌防治宣導	戶外	07/12-07/18	癌症防治組	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	101,640	三立	全台約550家屈臣氏，10:00-22:00(12小時)，6檔/小時，共504檔/週	全台屈臣氏電視
子宮頸癌防治宣導	網路	07/05-07/11	癌症防治組	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	43,690	三立	預估觀看次數30,000次	facebook PPA Video
子宮頸癌防治宣導	網路	07/12-07/18	癌症防治組	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	74,273	三立	預估觀看次數51,000次	instagram
子宮頸癌防治宣導	網路	07/19-07/25	癌症防治組	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	298,450	三立	總曝光數達1000萬次	LINE-TODAY原生廣告
肝癌防治	廣播	07/20-07/31	癌症防治組	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	117,600	民視	於6台廣播電台，共播出144檔	少甘苦多健康(廣播電台)
肝癌防治*	廣播	06/28-06/30	癌症防治組	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	27,930	民視	提升民眾對於脂肪肝防治認知	肝癌廣播帶製作

附註：*補填報於7月

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：7月（1102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	三手菸防制（爸爸的小三篇）	電視	07/05-7/11	菸害防制組第三科	-	-	0	格威	於MOD廣告頻道播出60檔	MOD頻道廣告
國民健康署	「擴大補助不孕症治療」及「增加產檢項目及次數」	新媒體	07/09-07/15	婦幼健康組第三科	基金預算	32衛生保健工作 200提升婦女健康及母子保健服務 245業務宣導費	97,475	東森	共觸及130,622人次、點擊數10,171次、點擊率7.79%	FaceBook
國民健康署	「擴大補助不孕症治療」及「增加產檢項目及次數」	新媒體	07/13-7/19	婦幼健康組第三科	基金預算	32衛生保健工作 200提升婦女健康及母子保健服務 245業務宣導費	104,601	東森	共曝光4,389,644人次、點擊11,496次	Google
國民健康署	「擴大補助不孕症治療」及「增加產檢項目及次數」	新媒體	07/05-07/15	婦幼健康組第三科	基金預算	32衛生保健工作 200提升婦女健康及母子保健服務 245業務宣導費	342,026	東森	臉書抽獎活動，共9,073按讚數、8,957則留言、2,132次分享貼文	新媒體行銷
國民健康署	「擴大補助不孕症治療」及「增加產檢項目及次數」	新媒體	07/15-07/30	婦幼健康組第三科	基金預算	32衛生保健工作 200提升婦女健康及母子保健服務 245業務宣導費	101,730	東森	於14個臉書相關社團貼文	Facebook

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：7月（111/01/04減項）

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	電視	6/23-7/12	4科	菸金	245業務宣導費	2,842,150	民視文化事業股份有限公司	333檔(9,990秒)	民視新聞台、TVBS-N、TVBS、東森新聞台、年代電視台、壹新聞、中天娛樂台、三立台灣台、三立都會台、東森綜合台、緯來日本台、八大戲劇台、東森戲劇台、三立新聞台、緯來綜合台
	孕產婦心理健康	網路	6/25-7/8	4科	菸金	245業務宣導費	1,472,400	民視文化事業股份有限公司	曝光達14,302,721以上	YouTube、OTT線上影音串流、Video in Banner
	孕產婦心理健康；我的神隊友同事篇、爸爸篇電視廣告	素材(影片)	-	4科	菸金	245業務宣導費	1,331,473	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	依機關安排通路
	孕產婦心理健康	宣導品(安全食具組、資料手提袋)	-	4科	菸金	245業務宣導費	726,258	民視文化事業股份有限公司	透過宣導影片強化民眾對於1925安心專線的認識	依機關安排發送管道
	孕產婦心理健康；產後不憂鬱	素材(單張)	-	4科	菸金	245業務宣導費	93,110	民視文化事業股份有限公司		依機關安排通路
	孕產婦心理健康	素材(海報)	7月	4科	菸金	245業務宣導費	63,315	民視文化事業股份有限公司		產後護理之家
	孕產婦心理健康	其他(版權)	-	4科	菸金	245業務宣導費	35,382	民視文化事業股份有限公司		依機關安排通路
	疫情心理健康	素材(影片)	-	4科	菸金	245業務宣導費	984,840	格威傳媒股份有限公司		一般大眾

綜合規劃 司	疫情心理健康-醫護篇、民眾篇	素材(設計)	-	4科	菸金	245業務宣導費	81,504	格威傳媒股份有限公司	提醒民眾及醫護人員，在疫情期間持續防疫外，也要多注意自己心理的健康，並向辛苦防疫的醫護人員致敬。	醫院、衛生所、心衛中心等(全國800多點位)
	COVID-19防治-健康最流行	素材(影片)	-	4科	菸金	245業務宣導費	984,840	格威傳媒股份有限公司	透過宣導防疫健康最流行，加強民眾對於勤洗手、戴口罩等衛生習慣之延續。	一般大眾
	疫情心理健康	素材(海報) 其他(郵資)	-	4科	菸金	245業務宣導費	120,000	格威傳媒股份有限公司	提醒民眾及醫護人員注意身體健康或照顧患者之餘，更別忽略了心理的健康。	醫院、衛生所、心衛中心等(全國800多點位)
	COVID-19防治-防疫Fun生活	素材(影片)	07/01-09/30	4科	菸金	245業務宣導費	2,100,000	格威傳媒股份有限公司	傳遞當前COVID-19疫情正確且專業資訊，加強民眾建立正確防疫觀念。	Yahoo宣導專區、官方社群平台(衛福防疫報)
	衛政相關業務宣導插畫繪製	素材	-	4科	菸金	245業務宣導費	844,000	格威傳媒股份有限公司	1.以衛生福利部轄下所屬之業務單位主要推廣業務為題，企劃圖面繪製方向，並撰寫相應推廣標語文案。 2.委請插畫師根據各單位推廣主題繪製圖面各一式，並將著作權授予衛生福利部	一般大眾 透過插畫讓民眾認識衛生福利部轄下所屬業務屬性。

COVID-19防治	網路	07/28- 10/28 (視曝光情 況調整)	4科	菸金	245業務宣 導費	1,300,000	格威傳媒股份 有限公司	聯播廣告、行動 APP，曝光數達2 千萬次以上。	Yahoo宣導專區
------------	----	----------------------------------	----	----	--------------	-----------	----------------	--------------------------------	-----------

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：7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	109年國民年金 動畫/像極了愛情篇	網路	7/18-7/31	二科	-	-	0	三立電視股份有限公司	影片曝光率為 5,601,087次	三立新聞 PC+Mobile文末 連結

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：7月 (1101228調整)

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	兒少私密影像	新媒體	7-8月	三科	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	1,386,000	東森電視事業股份有限公司	FaceBook PPA Video (All Facebook+IG), 共10萬views Youtube影音廣告TrueView, 共10萬views Google DV360 影音廣告(30秒內), 約6.5萬views Yahoo全站影音聯播網, 約100萬曝光 Dcard APP文章熱門回應影音廣告, 約33萬views	Facebook+IG、Youtube、LINE TODAY、東森新聞網路、東森噪咖、Google、Yahoo (全站)、Dcard APP、蔡朝及盈青插畫 (含平台)

更新至111年1月4日08:40止

續下頁：衛生福利部主管國民年金保險基金 (勞保局代行)

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：7月（1100901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
社會保險司	國民年金業務	廣播媒體	7/1-7/31	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	國民年金業務	廣播媒體	7/1-7/31	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	703,050	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3,738檔，依各電台收聽率，至少觸及113萬人。	全國各地區電台