

衛生福利部(含國營事業、基金)110年第2季辦理政策宣導之執行情形表

月份：5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
中央健康保險署	健保各項政策宣導	平面廣告	1月-2月	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	16,250	台灣公共衛生學會	促進民眾認識健保各項政策，慎用健保資源	一般民眾
中央健康保險署	健保各項政策宣導	宣導品及宣導素材製作	1月-3月	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	215,084	民視文化	促進民眾認識健保各項政策，慎用健保資源	民視文化
中央健康保險署	宜蘭醫療服務專業審查區啟用典禮	會場布置	5月	臺北業務組	公務預算	健保業務-保費收繳及醫療費用核付作業-業務費-一般事務費	11,000	吉達廣告裝潢實業社	便利宜蘭醫師可就近審查，完善在地醫療服務	一般民眾/醫師公會
中央健康保險署	防疫宣導及健康存摺快篩結果查詢	宣導海報	5月-6月	臺北業務組	公務預算	健保業務-保費收繳及醫療費用核付作業-業務費-一般事務費	400	藝文	促進民眾認識健保各項政策，慎用健保資源	一般民眾
中央健康保險署	防疫宣導及健康存摺快篩結果查詢	宣導海報	5月-6月	臺北業務組	公務預算	健保業務-保費收繳及醫療費用核付作業-業務費-一般事務費	4,851	鼎匠企業社	促進民眾認識健保各項政策，慎用健保資源	一般民眾
中央健康保險署	防疫宣導及健康存摺快篩結果查詢	宣導海報	5月-6月	臺北業務組	公務預算	健保業務-保費收繳及醫療費用核付作業-業務費-一般事務費	1,000	吳彥複印社	促進民眾認識健保各項政策，慎用健保資源	一般民眾
中央健康保險署	健保櫃台便利服務	宣導單張	5月	臺北業務組	公務預算	健保業務-保費收繳及醫療費用核付作業-業務費-一般事務費	2,000	義文堂有限公司	鼓勵民眾網路線上申辦各項健保服務	一般民眾

中央健康保險署	健保網路申報作業	統一超商虛擬商品卡	5/1-7/31	中區業務組	公務預算	健保業務-保費收繳及醫療費用核付作業-業務費-一般事務費	46,800	新加坡商宜睿智慧股份有限公司台灣分公司	推動投保單位使用網路申報作業	一般民眾/投保單位
中央健康保險署	辦理109年度第一類績優投保單位評選活動	禮券	5月	東區業務組	公務預算	健保業務-保費收繳及醫療費用核付作業-業務費-一般事務費	16,000	全聯福利中心	提升投保單位推動健保業務之服務品質	第1類績優投保單位計8家

衛生福利部 (含國營事業、基金)110年第2季辦理政策宣導之執行情形表

月份：5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	推廣「守護厝邊安全用藥粉絲團」	網路	5/3-5/7	藥品組	藥07	政策宣導費	500	台灣年輕藥師協會	提升民眾用藥安全認知	粉絲專業推廣
	推廣「守護厝邊安全用藥粉絲團」	網路	5/26-6/2	藥品組	藥07	政策宣導費	900	台灣年輕藥師協會	提升民眾用藥安全認知	粉絲專業推廣
	推廣正確戴口罩	網路	5/26	企劃及科技管理組	食07	政策宣導費	60,000	牛蛙股份有限公司	提升民眾正確戴口罩認知	「好笑刺青店」臉書粉絲團
	COVID-19疫苗接種影片後製	影片製作	5/7	企劃及科技管理組	食07	政策宣導費	30,055	士奇傳播整合行銷股份有限公司	提升民眾疫苗安全認知	網路
	智慧醫療器材專案辦公室正式成立，加速AI應用、提升台灣產業競爭力！	網站貼文	5/31	企劃及科技管理組	科01	政策宣導費	-	厚策思維有限公司	提升民眾醫療器材正確消費認知	「食力foodNEXT·食事求實的知識頻道」網站
	KOL反毒貼文宣導	網路	5/19-12/31	管制藥品管理組	藥粧02	政策宣導費	30,000	爆米花數位資訊股份有限公司	提升民眾反毒知識	KOL「草屯囡仔」之IG與FB粉絲專頁
	推廣「TFDA化粧品安全使用粉絲團」	網路	5/21-5/28	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	粉絲專業推廣

# 衛生福利部 (含國營事業、基金)110年第2季辦理政策宣導之執行情形表

月份：5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	受委託播廠商	預期效益	刊登或託播對象
國民健康署	「3C控血壓 健康鬆鬆在我家」活動	網路	05/06-05/17	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	217,837	東森	邀請民眾一起量血壓	臉書
國民健康署	婦癌防治宣導	廣播	05/01-05/30	癌症防治組第二科	-		0	凱絡	預估接觸人次:約579,800人次	花蓮蓮花電台FM93.5
國民健康署	氣喘迷思不可信 別讓錯誤觀念誤了氣喘控制	網路	05/05	慢性疾病防治組第三科	-		0	凱絡	網路訊息PO文500字內 訊息稿一則	YAHOO新聞
國民健康署	「3C控血壓 健康鬆鬆在我家」記者會	其他	05/06	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	50,536	東森	邀請民眾一起量血壓	民眾
國民健康署	女性菸害防制宣導焦點團體訪談	其他	05/14	菸害防制組第三科	基金預算	31菸害防制工作 100補助縣市衛生局,辦理地方菸害防制工作 245業務宣導費	82,956	凱絡	6-8位18-50歲現在有或曾經有抽菸的女性進行焦點團體訪談,了解其對於菸害防制的認知及戒除菸品的意願,掌握未來菸害防制宣導的方向。	焦點團體座談
國民健康署	更年期保健	廣播	05/03-05/09	慢性疾病防治組第	-		0	民視	電台網站Banner連結	寶島聯播網電台
國民健康署	國民健康業務(政策、措施)	其他(拍攝、後製)	5/25	監測研究及健康教育組	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	21,000	民視	讓民眾了解國健署相關策及措施	一般民眾

衛生福利部(含國營事業、基金)110年第2季辦理政策宣導之執行情形表

月份：5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年國際婦女節「Feel No Fear 無畏的力量」系列宣導	活動、素材製作(及設計)、網路、戶外	1/15-6/30	婦女福利及企劃組	公務預算	業務費	1,131,250	上品生活科技股份有限公司	1. 觀看數 (1)Facebook直播活動：30,007人次。 (2)宣傳影片：18,000人次。 2. 觸及率 (1)Facebook直播活動：71,944次。 (2)宣傳影片：1,578次。 (3)活動花絮貼文：4,321次。 3. 台北捷運月台電視 110年3月9日至15日，每小時輪播4次，台北捷運開站到關站一天18小時，共播放504次。	Facebook、官方影音頻道、臺北大眾捷運股份有限公司車站電子多媒體顯示系統廣告
社會及家庭署	110年慶祝母親節「媽媽的斜槓人生」系列宣導	活動、素材製作(及設計)、網路	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粉專露出) (1)一日媽媽大作戰：40,000次。 (2)媽媽圖書館：50,073次。 (3)宣傳影片30秒：8,000人次。 2. 新聞露出 (1)公視：職業婦女兼具多重角色 面對家庭壓力、接受職場考驗410,000人次。 (2)華視：媽媽多重身分 角色分配如何取得平衡230,000人次。 (3)台灣醒報：媽媽非超人 王婉諭、李麗芬談媽媽經3,222人次。 (4)聯合新聞網-媽媽非超人 王婉諭、李麗芬談媽媽經2,400,000人次(粉絲頁按讚人數)。 (5)慈善新聞-媽媽的斜槓人生-媽媽圖書館座談暨創意市集21,000人次。 (6)自由時報-斜槓媽媽憂鬱纏身 亞斯教母：還好我活下來了1,200,000人次。 3. 母親節遊戲系統平台 (1)網頁瀏覽量 520,250人次。 (2)使用者人數 20,644 人次。	Facebook、YouTube官方影音、芒果遊戲遊戲系統平台
社會及家庭署	社會福利數位博覽會與創新示範據點系列宣傳	活動、素材製作(及設計)、網路	2/1-6/30	婦女福利及企劃組	公益彩券回饋金	-	75,800	意集設計股份有限公司	1. Facebook觸及率(含意集設計及其他FB粉專露出) (1)示範據點：200次。 (2)網站宣傳：300次。 2. 網站瀏覽 (1)月平均瀏覽量預估達500人次 (2)聯合報倡議家：露出1則。 (3)社家署官網-社會福利博覽會、日常練習網站602人次。 3. 集結使用者x社福團體x地方政府x專家學者x設計團隊，共創6個社福創新示範據點(台北2、台中、台南、高雄、屏東)、分析96則國內外跨領域案例、專訪13家台灣創新團隊，匯集呈現於「扭彩蛋」數位博覽會 ( <a href="https://welfaretreasure.com">https://welfaretreasure.com</a> )、「日常練習」角色扮演( <a href="https://dailypractice.tw">https://dailypractice.tw</a> )雙網站，於5月起正式上線。	Facebook、官方網站、意集設計系統平台、扭彩蛋社會福利網站、日常練習角色扮演網站

衛生福利部（含國營事業、基金、財團法人）110年第2季辦理政策及業務宣導之執行情形表

月份：5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	愛滋防治-愛滋自我篩檢宣導	網路媒體	5/17-5/30	愛滋科	公務預算	04-1愛滋防治第六期五年計畫	99,780	凱絡媒體服務股份有限公司	8,532點擊次數 2,413,459曝光次數	VPON廣告

衛生福利部（含國營事業、基金）110年第2季辦理政策宣導之執行情形表

月份：5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	數位電視	5/24-5/30	二科	-	-	0	格威傳媒股份有限公 司	觸及人數達 69,480次	臺灣電視公司

## 衛生福利部（含國營事業、基金）110年第2季辦理政策宣導之執行情形表

月份：5月（1101228調整）

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	性好有你-兒少性不當對待論壇	網路、活動（論壇）、新媒體（直播）、素材製作	5/10-8/31	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	1,572,000	凱絡媒體服務股份有限公司	1. 論壇實體活動共96人參與。 2. 關鍵評論網廣編文章，累計瀏覽量共48,393人次，達成率161.3%（目標30,000次）；粉絲團貼文總觸及人數共200,888人，達成率334.8%（目標60,000人）。 2. 未來family數位廣編瀏覽數19,173、臉書貼文觸及人數321,898、網站文章小看板BN曝光數751,480、電子報發報數133,435及開信數11,621（8.7%）	1. 親子天下7月號雜誌刊登跨頁廣編2頁內頁。 2. 未來Family及關鍵評論網廣編文。 3. 部官網網臉書粉絲團。
保護服務司	兒少保護論壇	網路	5月	四科	公務預算	保護服務業務/03強化保護服務及推廣兒保醫療中心/業務費/2054一般事務費/06政策宣導	169,218	凱絡媒體服務股份有限公司	廣編文章保證瀏覽數5,000次以上、未來Family臉書粉絲團廣編推播觸及30,000次以上。	未來Family
保護服務司	兒少保護區域醫療	實體活動	5月11日	四科	公務預算	保護服務業務/03強化保護服務及推廣兒保醫療中心/業務費/2054一般事務費/06政策宣導	381,600	凱絡媒體服務股份有限公司	現場參加之兒少保護網絡工作人員約150人。	整合中心記者會暨實務研討會

衛生福利部（含國營事業、基金、財團法人）110年第2季辦理政策及業務宣導之執行情形表

月份：5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	5/1-5/31	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	5/1-5/31	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3,726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	郭子乾「國保遺屬年金，讓愛不間斷」	平面媒體	5/1-5/31	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	26,666	博商傳播事業有限公司	依據紙本發行數量每期至少觸及3萬人。	讀者
社會保險司	郭子乾「國保電子帳單，E下就搞定」	平面媒體	5/1-5/31	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	40,000	聯經出版事業股份有限公司	依據紙本發行數量每期至少觸及3萬人。	聯合文學
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」	平面媒體	5/24、5/31	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	96,000	台灣新生報業股份有限公司	同步於yahoo發行電子報，至少觸及2,300人之追蹤人次。	台灣新生報