

衛生福利部主管機關(含國營事業、基金、財團法人)111年第3季辦理政策及業務宣導之執行情形表

月份：9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 |
|---------|------------|------|-----------|------|------|---------------------------|------|------------|------------------------------------|---------|------------------------|
| 中央健康保險署 | 分級醫療 | 新媒體 | 9/13-9/19 | 企劃組 | 公務預算 | 健保業務/健保政策規劃與推展/媒體政策及業務宣導費 | 0 | 聯利媒體股份有限公司 | 可觸及YouTube觀看數達5萬人次以上，有利國人了解分級醫療措施。 | YouTube | 本次執行140,000元，預計12月底付款。 |

衛生福利部主管機關(含國營事業、基金、財團法人)111年第3季辦理政策及業務宣導之執行情形表

月份：9月(1120327修)

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」 | 粉絲專業推廣 | 111.9.22-9.30 | 醫療器材及化粧品組 | 藥03 | 政策宣導費 | 0 | 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 | 預計12月撥款 |
| 食品藥物管理署 | 化粧品標示看清楚產品資訊全掌握 | 網路 | 111.9.16 | 醫療器材及化粧品組 | 藥03 | 政策宣導費 | 0 | 群策公關顧問有限公司 | 提升民眾用化粧品安全使用認知 | 「SANA」臉書粉絲團 | 預計12月撥款 |
| 食品藥物管理署 | 皮膚標記用筆 | 文宣設計 | 111.9 | 醫療器材及化粧品組 | 藥03 | 政策宣導費 | 0 | 士奇傳播整合行銷股份有限公司 | 提升民眾用醫療器材正確選用認知 | 網路 | 預計12月撥款 |
| 食品藥物管理署 | 醫材安心三步驟·一認二看三會用 | 網路媒體 | 111.9.30 | 醫療器材及化粧品組 | 藥03 | 政策宣導費 | 0 | 士奇傳播整合行銷股份有限公司 | 提升民眾用醫療器材正確選用認知 | 插畫家-「原PO的8元哥」臉書專頁 | 預計12月撥款 |
| 食品藥物管理署 | 「守護厝邊安全用藥粉絲團」圖文製作及維運 | 粉絲專業推廣 | 111.09.01-09.30 | 藥品組 | 藥06 | 政策宣導費 | 0 | 台灣年輕藥師協會 | 提升民眾用藥知能 | 網路 | 預計12月撥款 |
| 食品藥物管理署 | 「蜂蜜產品標示規定」宣導圖卡製作 | 文宣設計 | 111.9 | 食品組 | 食07 | 政策宣導費 | 0 | 民視文化事業股份有限公司 | 提升民眾對食品安全正確認知 | 文宣設計 | 預計12月付款 |
| 食品藥物管理署 | 「國外食品免驗規定」宣導圖卡製作 | | 111.9 | 食品組 | 食07 | 政策宣導費 | 0 | 民視文化事業股份有限公司 | 提升民眾對食品安全正確認知 | 文宣設計 | 預計12月付款 |
| 食品藥物管理署 | TFDA LINE@ 月費 | 網路 | 111.09.01-09.30 | 企劃及科技管理組 | 食07 | 政策宣導費 | 0 | 域創股份有限公司 | 提升民眾對食藥醫粧正確消費認知 | LINE@ | 預計12月付款 |
| 食品藥物管理署 | 藥物食品安全週報推廣 | 臉書貼文互動廣告 | 111.09.01-09.30 | 企劃及科技管理組 | 科01 | 政策宣導費 | 0 | 厚策思維有限公司 | 提升民眾對食藥醫粧正確消費認知 | 食力foodnext臉書粉絲團 | 預計12月付款 |
| 食品藥物管理署 | 藥物食品安全週報推廣 | 網路活動 | 111.09.01-09.30 | 企劃及科技管理組 | 科01 | 政策宣導費 | 0 | 厚策思維有限公司 | 提升民眾對食藥醫粧正確消費認知 | Google聯播網廣告 | 預計12月付款 |
| 食品藥物管理署 | 藥物食品安全週報圖片製作 | 設計 | 111.09.01-09.30 | 企劃及科技管理組 | 科01 | 政策宣導費 | 0 | 厚策思維有限公司 | 提升民眾對食藥醫粧正確消費認知 | 藥物食品安全週報 | 預計12月付款 |

| | | | | | | | | | | | |
|---------|---|------|----------|----------|-----|-------|---|------------------|-------------------------|------------------|------|
| 食品藥物管理署 | 【食聞】藥品 GMP40週年慶！ 加入國際醫藥品 稽查協約組織 持續深耕台灣生 技產業競爭力 | 官網 | 111.9.12 | 企劃及科技管理組 | 科01 | 政策宣導費 | 0 | 厚策思維有限公司 | 提升民眾對食藥 醫粧正確消費認 知 | 食力foodnext官 網 | 加值回饋 |
| 食品藥物管理署 | 推廣食藥闢謠專 區banner設計 | 文宣設計 | 111.9 | 企劃及科技管理組 | 食07 | 政策宣導費 | 0 | 民視文化事業股份 有限公司 | 提升民眾對食藥 醫粧正確消費認 知 | 民視新聞網 | 加值回饋 |

衛生福利部主管機關(含國營事業、基金、財團法人)111年第3季辦理政策及業務宣導之執行情形表

月份：9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 |
|--------|------------------|--------|------------|---------|-----------------|------|---------|--------------|-----------------------|------------------------------|--------------|
| 社會及家庭署 | 111年度臺灣女孩日 | 平面、新媒體 | 9/21-10/31 | 兒少福利組 | 非特種營業基金-公益彩券回饋金 | | 414,000 | 致樂創意股份有限公司 | 預估觸及率40萬人次 | 兒少、家長、教育人員、一般民眾 | 第1期撥款 |
| 社會及家庭署 | 未滿20歲懷孕預防及家庭支持文宣 | 網路 | 6/8-10/31 | 家庭支持組 | 非特種營業基金-公益彩券回饋金 | - | 0 | 民視文化事業股份有限公司 | 曝光數1,000,000次。 | YouTube影音廣告特別企劃(影音) | 預計於111年12月付款 |
| 社會及家庭署 | 導盲犬小哉問 | 戶外 | 8/27-9/2 | 身心障礙福利組 | - | - | - | 聯利媒體股份有限公司 | 曝光數200,000/週 | 連鎖影城聯播電視(威秀、國賓、秀泰影城等33間) | 免費回饋項目 |
| 社會及家庭署 | 法律扶助(身障篇) | 戶外 | 9/5-9/18 | 身心障礙福利組 | - | - | - | 聯利媒體股份有限公司 | 100,000檔次 | 樂樂小黃車內電視 | 免費回饋項目 |
| 社會及家庭署 | 法律扶助(身障篇) | 影音 | 9/1-9/28 | 身心障礙福利組 | - | - | - | 聯利媒體股份有限公司 | 觀看數40萬人次/4周內 | YOUTUBE(廣告影片結合tvbs民調中心大數據推播) | 免費回饋項目 |
| 社會及家庭署 | 避免歧視性用語 | 網路 | 9/16-10/13 | 身心障礙福利組 | - | - | - | 三立電視股份有限公司 | 1天1200檔,1周7560檔/計18小時 | 全臺社區大樓電梯500台 | 免費回饋項目 |
| 社會及家庭署 | 不占用身心障礙停車位 | 網路 | 9/-12-9/25 | 身心障礙福利組 | - | - | - | 三立電視股份有限公司 | 預估觀看人次80,000 | Youtube串流 | 免費回饋項目 |
| 社會及家庭署 | 手語翻譯服務 | 戶外 | 9/12-9/18 | 身心障礙福利組 | - | - | - | 三立電視股份有限公司 | 預估曝光5,000,000次 | Google聯播網輪播版位 | 免費回饋項目 |
| 社會及家庭署 | 人導法 | 網路 | 9/9-9/15 | 身心障礙福利組 | - | - | 0 | 民視文化事業股份有限公司 | 預估曝光數100,000次 | YOUTUBE串流影片 | 預計於111年12月付款 |

衛生福利部(含國營事業、基金、財團法人)111年第3季辦理政策及業務宣導之執行情形表

月份：9月 (1120328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 | 業務單位 | 經費來源 | 預算科目 | 執行金額 | 受委託廠商名稱 | 預期效益 | 刊登或託播媒體 | 備註 |
|-------|----------------------------|------|---------------------|------------|----------|---|------|----------------|-----------------------------------|-------------------------------------|---------|
| 國民健康署 | 無菸環境/平面媒體製作特別企劃-空中英語教室特別企劃 | 平面媒體 | 111/09/15 | 菸害防制組第三科 | 基金預算 | 51菸害防制工作 511營造無菸支持環境，辦理菸害教育宣導 2A1媒體政策及業務宣導費 | 0 | 東森電視事業股份有限公司 | 於111年10月號空中英語教室雜誌露出電子煙危害防制宣導課文1則。 | 空中英語教室雜誌 | 預計12月付款 |
| 國民健康署 | 乳癌防治宣導 | 平面媒體 | 111/09/26-111/09/30 | 癌症防治組第二科 | 基金預算 | 54癌症防治工作 541擴大推動國家防癌工作 2A1媒體政策及業務宣導費 | 0 | 士奇傳播整合行銷股份有限公司 | 預計達8000次PV | 鏡周刊 | 預計12月付款 |
| 國民健康署 | 大腸癌宣導防治-MOD BARKER版位影音廣告 | 電視媒體 | 111/09/05-111/09/14 | 癌症防治組第一科 | 免費加值回饋項目 | | 0 | 凱絡媒體服務股份有限公司 | 共託播640檔，預估約有100000人次觀看 | MOD | |
| 國民健康署 | 2022世界心臟病日記者會電視出機 | 電視媒體 | 111/09/29 | 慢性疾病预防組第三科 | 免費加值回饋項目 | | 0 | 士奇傳播整合行銷股份有限公司 | 宣導衛教民眾用「心」照顧每顆心 打造「心」健康 | 非凡電視及TVBS電視 | |
| 國民健康署 | 大腸癌防治宣導 | 電視媒體 | 111/09/05-111/09/17 | 癌症防治組第一科 | 基金預算 | 54癌症防治工作 541擴大推動國家防癌工作 2A1媒體政策及業務宣導費 | 0 | 士奇傳播整合行銷股份有限公司 | 收視率約62GRPs/30秒，收視人數約有1240萬人次觀看 | 台視、中視、民視、東森、年代、非凡、民視新聞、TVBS及三立等家族頻道 | 預計12月付款 |
| 國民健康署 | 大腸癌防治宣導 | 電視媒體 | 111/09/05-111/09/11 | 癌症防治組第一科 | 免費加值回饋項目 | | 0 | 士奇傳播整合行銷股份有限公司 | 總計84000檔，預估瀏覽人次為84萬人 | 樂樂小黃車內電視廣告 | |
| 國民健康署 | 失智友善微电影—憶哥健身篇(30秒精華版) | 電視媒體 | 111/09/24-111/09/30 | 社區健康組第二科 | 免費加值回饋項目 | | 0 | 聯廣廣告股份有限公司 | 總觸及人數達15萬人次。 | Discovery、動物星球頻道等 | |
| 國民健康署 | 低劑量電腦斷層肺癌篩檢 | 電視媒體 | 111/09/21-111/09/30 | 癌症防治組第三科 | 免費加值回饋項目 | | 0 | 凱絡媒體服務股份有限公司 | 共240檔，觸及90萬人次。 | MOD Barker | |
| 國民健康署 | 定期大腸癌篩檢 | 網路媒體 | 111/09/05-111/09/11 | 癌症防治組第一科 | 免費加值回饋項目 | | 0 | 三立電視股份有限公司 | 94,421人次觀看數 | YOUTUBE頻道 | |
| 國民健康署 | 定期大腸癌篩檢 | 網路媒體 | 111/09/05-111/09/18 | 癌症防治組第一科 | 免費加值回饋項目 | | 0 | 三立電視股份有限公司 | 2,403,341人次曝光 | 三立新聞網(PC)影音看板 | |
| 國民健康署 | 大腸癌防治宣導 | 網路媒體 | 111/09/06-111/09/19 | 癌症防治組第一科 | 基金預算 | 54癌症防治工作 541擴大推動國家防癌工作 2A1媒體政策及業務宣導費 | 0 | 士奇傳播整合行銷股份有限公司 | 觀看次數20萬次以上 | AD2互動影音聯播網 | 預計12月付款 |
| 國民健康署 | 大腸癌防治 | 網路媒體 | 111/09/03-111/09/30 | 癌症防治組第一科 | 免費加值回饋項目 | | 0 | 士奇傳播整合行銷股份有限公司 | 新聞瀏覽人次約6萬人次 | YAHOO NEWS、關鍵評論網、UDN | |
| 國民健康署 | 乳癌防治宣導 | 網路媒體 | 111/09/16-111/09/22 | 癌症防治組第二科 | 基金預算 | 54癌症防治工作 541擴大推動國家防癌工作 2A1媒體政策及業務宣導費 | 0 | 士奇傳播整合行銷股份有限公司 | 預計達10萬次曝光 | LINE | 預計12月付款 |
| 國民健康署 | 子宮頸癌防治宣導 | 網路媒體 | 111/09/01-111/09/07 | 癌症防治組第二科 | 基金預算 | 54癌症防治工作 541擴大推動國家防癌工作 2A1媒體政策及業務宣導費 | 0 | 士奇傳播整合行銷股份有限公司 | 預計達5000次pv,曝光200萬次 | Dcard | 預計12月付款 |
| 國民健康署 | 乳癌防治宣導 | 網路媒體 | 111/09/26-111/09/30 | 癌症防治組第二科 | 基金預算 | 54癌症防治工作 541擴大推動國家防癌工作 2A1媒體政策及業務宣導費 | 0 | 士奇傳播整合行銷股份有限公司 | 預期達8000次PV | 鏡週刊 | 預計12月付款 |

| | | | | | | | | | | | |
|-------|-----------------------------------|------|-------------------------|----------|----------|--|---|----------------|--|---|----------------|
| 國民健康署 | 子宮頸癌防治宣導 | 網路媒體 | 111/09/08 | 癌症防治組第二科 | 基金預算 | 54癌症防治工作 541擴大推動國家防癌工作 2A1媒體政策及業務宣導費 | 0 | 士奇傳播整合行銷股份有限公司 | 預計達20000次PV | ELLE | 預計12月付款 |
| 國民健康署 | 乳癌防治宣導 | 網路媒體 | 111/09/19、 111/09/28 | 癌症防治組第二科 | 基金預算 | 54癌症防治工作 541擴大推動國家防癌工作 2A1媒體政策及業務宣導費 | 0 | 士奇傳播整合行銷股份有限公司 | 吳淡如的人生實用商學院 預估不重覆下載數：9萬-12萬 劉軒的How to人生學 預估不重覆下載數：7萬-9.5萬 | PODCAST | 預計12月付款 |
| 國民健康署 | 「食在好健康」臉書粉絲頁貼文製作 | 網路媒體 | 111/09/01- 111/09/30 | 社區健康組第四科 | 基金預算 | 52衛生保健工作 526推動營養與健康飲食工作 2A1媒體政策及業務宣導費 | 0 | 好食課股份有限公司 | 總觸及數10,000人次以上 | 臉書粉絲團(國民健康署食在好健康臉書粉絲團) | 預計12月付款 |
| 國民健康署 | 乳癌防治宣導 | 網路媒體 | 111/09/01- 111/09/30 | 癌症防治組第二科 | 免費加值回饋項目 | | 0 | 士奇傳播整合行銷股份有限公司 | 預計觸及約60萬人次。 | MOD Barker | |
| 國民健康署 | 「郭焯淳、許傑輝參與微电影演出 邀請您一同關心失智友善議題」廣編稿 | 網路媒體 | 111/09/23 | 社區健康組第二科 | 基金預算 | 52衛生保健工作 523推動中老年健康促進 2A1媒體政策及業務宣導費 | 0 | 聯廣廣告股份有限公司 | 總觸及達15.3萬人次。 | 早安健康中央社數位雜誌、Hinet新聞平台、PCHOME新聞平台、蕃新聞、蕃新聞臉書等平台 | 預計12月付款 |
| 國民健康署 | 9月23日「做自己的健康金牌選手」失智友善微电影發表記者會 | 網路媒體 | 111/09/23- 111/09/29 | 社區健康組第二科 | 基金預算 | 52衛生保健工作 523推動中老年健康促進 2A1媒體政策及業務宣導費 | 0 | 聯廣廣告股份有限公司 | 總觸及達25萬人次。 | Yahoo新聞、三立新聞網、民視新聞網、中時新聞網、Hi Net生活誌、ETtoday新聞雲等平台 | 預計12月付款 |
| 國民健康署 | 低劑量電腦斷層肺癌篩檢 | 網路媒體 | 111/07/11- 111/09/18 | 癌症防治組第三科 | 免費加值回饋項目 | | 0 | 民視文化事業股份有限公司 | 觸及約100萬人次。 | 民視官網banner | |
| 國民健康署 | 低劑量電腦斷層肺癌篩檢 | 網路媒體 | 111/09/11- 111/09/28 | 癌症防治組第三科 | 免費加值回饋項目 | | 0 | 凱絡媒體服務股份有限公司 | 觸及約50萬人次。 | Yahoo Banner | |
| 國民健康署 | 低劑量電腦斷層肺癌篩檢 | 網路媒體 | 111/09/19- 111/09/28 | 癌症防治組第三科 | 免費加值回饋項目 | | 0 | 凱絡媒體服務股份有限公司 | 觸及約30萬人次。 | LINE廣告聯播(行動橫幅廣告) | |
| 國民健康署 | 罕見祝福-罕見疾病勵志與關懷宣導 | 網路媒體 | 111/09/12- 111/09/18 | 婦幼健康組第二科 | 免費加值回饋項目 | | 0 | 民視文化事業股份有限公司 | 加強宣導大眾關懷及支持罕見疾病病人與家庭，並鼓勵病人積極面對疾病挑戰 | 寶島聯播網 | 寶島新聲電台BANNER聯結 |
| 國民健康署 | 罕見祝福-罕見疾病勵志與關懷宣導 | 網路媒體 | 111/09/12- 111/09/18 | 婦幼健康組第二科 | 免費加值回饋項目 | | 0 | 民視文化事業股份有限公司 | 加強宣導大眾關懷及支持罕見疾病病人及家庭，並鼓勵病人積極面對疾病挑戰 | 好事聯播網 | BANNER聯結 |
| 國民健康署 | 「寶貝成長路 檢前先紀錄」新媒體影音廣告 | 網路媒體 | 111/09/01- 111/09/14 | 婦幼健康組第四科 | 基金預算 | 52衛生保健工作 522推動兒童、青少年健康促進工作 2A1媒體政策及業務宣導費 | 0 | 東森電視事業股份有限公司 | 透過網站廣告露出，提醒家長及照顧者即時掌握孩子的生長發育狀況，總計163,442人次觀看 | YouTube | 預計12月付款 |

| | | | | | | | | | | | |
|-------|------------------------|------|---------------------|------------|----------|--|--------|----------------|--|----------------------------|---------|
| 國民健康署 | 「寶貝成長路 檢前先紀錄」新媒體影音廣告 | 網路媒體 | 111/09/16-111/09/22 | 婦幼健康組第四科 | 基金預算 | 52衛生保健工作 522推動兒童、青少年健康促進工作 2A1媒體政策及業務宣導費 | 0 | 東森電視事業股份有限公司 | 透過網站廣告露出，提醒家長及照顧者即時掌握孩子的生長發育狀況，總計103,241人次觀看數。 | OTT聯播網 | 預計12月付款 |
| 國民健康署 | BC肝炎篩檢宣導 | 廣播媒體 | 111/09/01-111/09/07 | 慢性疾病防治組第三科 | 免費加值回饋項目 | | 0 | 凱絡媒體服務股份有限公司 | 宣導衛教民眾肝炎篩檢重要性及政府有提供補助，鼓勵符合資格民眾去篩檢 | 好事聯播網-高雄港都電台 | |
| 國民健康署 | 檳榔防制暨口腔癌防治宣導（戒檳大作戰30秒） | 廣播媒體 | 111/08/01-111/09/18 | 癌症防治組第一科 | 基金預算 | 54癌症防治工作 541擴大推動國家防癌工作 2A1媒體政策及業務宣導費 | 0 | 士奇傳播整合行銷股份有限公司 | 共託播144檔，粗估約有3840萬人次收聽 | 警察廣播電台 | 預計12月付款 |
| 國民健康署 | 子宮頸癌防治宣導 | 廣播媒體 | 111/08/03、111/09/29 | 癌症防治組第二科 | 免費加值回饋項目 | | 0 | 士奇傳播整合行銷股份有限公司 | 口播8/3 心動電台：12,571人 口播9/29 金馬之聲電台：6500人 | 心動電台/金馬之聲電台 | |
| 國民健康署 | 子宮頸癌防治宣導 | 廣播媒體 | 111/08/08-111/09/06 | 癌症防治組第二科 | 基金預算 | 54癌症防治工作 541擴大推動國家防癌工作 2A1媒體政策及業務宣導費 | 0 | 士奇傳播整合行銷股份有限公司 | 預期觸及人數：108.5萬人 | BEST好事聯播網 | 預計12月付款 |
| 國民健康署 | 乳癌防治宣導 | 廣播媒體 | 111/09/19-111/09/28 | 癌症防治組第二科 | 基金預算 | 54癌症防治工作 541擴大推動國家防癌工作 2A1媒體政策及業務宣導費 | 0 | 士奇傳播整合行銷股份有限公司 | 預期觸及人數：66萬 | 中廣流行網 | 預計12月付款 |
| 國民健康署 | 乳癌防治宣導 | 廣播媒體 | 111/09/19-111/09/28 | 癌症防治組第二科 | 基金預算 | 54癌症防治工作 541擴大推動國家防癌工作 2A1媒體政策及業務宣導費 | 0 | 士奇傳播整合行銷股份有限公司 | 預期觸及人數：12萬 | 苗栗客家電台 FM91.7-桃竹苗地區 | 預計12月付款 |
| 國民健康署 | 乳癌防治宣導 | 廣播媒體 | 111/09/19-111/09/28 | 癌症防治組第二科 | 基金預算 | 54癌症防治工作 541擴大推動國家防癌工作 2A1媒體政策及業務宣導費 | 0 | 士奇傳播整合行銷股份有限公司 | 預期觸及人數：12.3萬 | 神農電台FM99.5-雲嘉地區 | 預計12月付款 |
| 國民健康署 | 乳癌防治宣導 | 廣播媒體 | 111/09/19-111/09/28 | 癌症防治組第二科 | 基金預算 | 54癌症防治工作 541擴大推動國家防癌工作 2A1媒體政策及業務宣導費 | 0 | 士奇傳播整合行銷股份有限公司 | 預期觸及人數：22.5萬 | 高屏溪電台 FM106.7-高屏地區 | 預計12月付款 |
| 國民健康署 | 乳癌防治宣導 | 廣播媒體 | 111/09/19-111/09/28 | 癌症防治組第二科 | 基金預算 | 54癌症防治工作 541擴大推動國家防癌工作 2A1媒體政策及業務宣導費 | 0 | 士奇傳播整合行銷股份有限公司 | 預期觸及人數：11.21萬 | 合歡山電台 FM90.1-花蓮地區 | 預計12月付款 |
| 國民健康署 | 乳癌防治宣導 | 廣播媒體 | 111/09/19-111/09/28 | 癌症防治組第二科 | 基金預算 | 54癌症防治工作 541擴大推動國家防癌工作 2A1媒體政策及業務宣導費 | 0 | 士奇傳播整合行銷股份有限公司 | 預期觸及人數：10.98萬 | 金馬之聲電台 FM99.3-金馬地區 | 預計12月付款 |
| 國民健康署 | 「預防熱傷害」廣播企劃案 | 廣播媒體 | 111/06/15-111/08/31 | 社區健康組第三科 | 基金預算 | 52衛生保健工作 524健康友善支持環境 2A1媒體政策及業務宣導費 | 95,000 | 內政部警政署警察廣播電臺 | 完成預防熱傷害廣播音檔2則（30-60秒），共計播出90檔次。 | 內政部警政署警察廣播電臺 | 已付款 |
| 國民健康署 | 2022臺灣全球健康福祉論壇 | 網路媒體 | 111/5/30-111/10/29 | 慢性疾病防治組 | 基金預算 | 52衛生保健工作 523推動中老年健康促進 2A1媒體政策及業務宣導費 | 0 | 臺灣醫學設計學會 | 透過網路推播GHF活動訊息，提高觸及人數及活動報名人數 | Facebook、Instagram、Twitter | 預計12月付款 |

衛生福利部主管機關(含國營事業、基金、財團法人)111年第3季辦理政策及業務宣導之執行情形表

月份：9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 |
|-------|----------------|------|--------|------|------|---|------|--------------|---|------------------|----------------------|
| 長期照顧司 | 長照2.0與1966長照專線 | 網路 | 9月-10月 | 第二科 | 長照基金 | 長照基金/P-1110018B0404長照2.0政策溝通宣導/11100032 | - | 凱絡媒體服務股份有限公司 | 提高長照政策在網路媒體之能見度，讓民眾獲得長照相關訊息 | 新聞、社群及論壇網站及各入口網站 | 回饋項目 |
| 長期照顧司 | 聘僱外看家庭可使用長照服務 | 廣播 | 9月-10月 | 第二科 | 長照基金 | 長照基金/P-1110018B0404長照2.0政策溝通宣導/11100032 | - | 凱絡媒體服務股份有限公司 | 提高長照政策在廣播媒體之能見度，讓民眾獲得長照相關訊息 | 好事聯播網—花蓮電台 | 回饋項目 |
| 長期照顧司 | 宣導外看家庭可使用長照服務 | 網路 | 9月 | 第二科 | 長照基金 | 長照基金/P-1110018B0404長照2.0政策溝通宣導/11100032 | 0 | 三立電視股份有限公司 | 透過30秒短影音，以串流廣告形式露出於影音平台，提高長照政策在網路媒體之能見度 | 婆媳當家短影音 | 執行金額184,563元，預計12月撥款 |

衛生福利部主管機關(含國營事業、基金、財團法人)111年第3季辦理政策及業務宣導之執行情形表

月份：9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 |
|-------|--------------|------|----------|-------|------|-----------------------------|------|-------------|---------------|----------|----------------------|
| 衛生福利部 | 衛生福利部各業務相關政策 | 新媒體 | 4/1-9/30 | 公共關係室 | 公務預算 | 綜合規劃業務 04衛生福利業務 協調與推展 | 0 | 新世紀資通股份有限公司 | 觸及439萬6599位民眾 | LINE官方帳號 | 預計10月付款 125,000元整 |

衛生福利部（含國營事業、基金、財團法人）111年第3季辦理政策及業務宣導之執行情形表

月份：9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 |
|-------|---|------|-----------|----------|-----------------|------|--------|--------------|--------------------------------|---------------------------------|---------------|
| 社會保險司 | 國民年金業務 | 廣播媒體 | 1/1-11/30 | 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 | 65,920 | 內政部警政署警察廣播電台 | 共計播出80檔，依電台收聽率，至少觸及401.1萬人。 | 警廣 | 第二期 (5-8月) |
| 社會保險司 | 「人生場上風險控管關鍵 國民年金」、「超前部屬，降低人生場上風險」B2版各1期 (鄭怡靜-平面廣告) | 平面媒體 | 9月1日 | 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 | 99,000 | 財團法人中央通訊社 | 依據紙本發行數量 每期至少觸及1.6萬人。 | 全球中央雜誌9月號 | |
| 社會保險司 | 「人生場上風險控管關鍵 國民年金」 (鄭怡靜-平面廣告) | 平面媒體 | 9/13 | 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 | 旭豐多媒體行銷有限公司 | 依據各報閱報率， 預計觸及269.7萬人次。 | 中國時報 聯合報 自由時報 台灣時報(加值) | 預計於111年12月付款 |
| 社會保險司 | 鄭怡靜國民年金宣導影片 (鄭怡靜-40秒影音廣告) | 電視媒體 | 9/1-9/30 | 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 | 0 | 貝立德股份有限公司 | 共計播出1,034檔， 40秒GRPs為320.24。 | 全國各有無線電視頻道 | 預計於111年12月付款 |
| 社會保險司 | 國民年金多元支付 (鄭怡靜-平面廣告) | 平面媒體 | 9/30 | 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 | 0 | 年代網際事業股份有限公司 | 本案僅為素材製作 | - | 預計於111年12月付款 |