

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：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
國民健康署	電子煙防制(擁抱健康 向電子煙說不!)	活動	9/2	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	141,014	格威	於三立新聞台、東森新聞台、聯合新聞網、自由健康網、中時新聞網、國立教育廣播電台、Yahoo奇摩新聞、HiNet生活誌等媒體露出。	三立新聞台、東森新聞台、自由健康網等
國民健康署	菸害防制	戶外	09/15-09/24	菸害防制組第三科	免費增值回饋項目	-	0	凱絡	於9/15-9/24刊登,共10天、2,160檔次。	嘉義文化路夜市商圈、台南站前商圈、高雄瑞豐夜市商圈(夜市戶外LED電視牆)
國民健康署	菸害防制	素材	9/1	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	601,133	東森	製作3支10秒廣告,可運用於電視、戶外、網路媒體託播使用。	各大電視、戶外、網路媒體
國民健康署	菸害防制	新媒體	09/01-09/14	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	366,228	東森	於本署臉書舉辦「徵你的戒菸美德金句」活動,活動結束前有超過1,700位民眾參與。	Facebook、Instagram
國民健康署	菸害防制	新媒體	09/02-09/08	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	192,570	東森	於Facebook達成1萬點擊次數、YouTube合計達成10萬觀看次數。	Facebook、YouTube
國民健康署	菸害防制	戶外、電視	09/01-09/14	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	732,909	東森	於戶外媒體共播出254,948檔、電視媒體可達20.7個10秒GRPs。	樂樂小黃車內廣告、夜市LED電視牆、百貨影城LCD螢幕、東森家族頻道
國民健康署	菸害防制宣導-平面稿設計	素材	09/01	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 245業務宣導費	81,510	東森	製作菸害防制平面稿3款,可運用於各大平面媒體、網路媒體、戶外媒體,以強化民眾認知。	民眾
國民健康署	菸害防制宣導	網路	09/01	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 245業務宣導費	95,095	東森	於官網、粉絲頁達成20,000次觀看數。	東森新聞官網、粉絲頁(圖文廣編)

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：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
國民健康署	菸害防制	新媒體	09/24	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	348,138	三立	預估觀看數目達10萬次。	社畜時代FB、ETToday新聞雲等
國民健康署	菸害防制	網路	08/30-09/05	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	96,860	三立	貼文點選4,000次	國健署FB(網路溫度計)
國民健康署	擴大試管嬰兒補助	網路	09/07	婦幼健康組第一科	免費增值回饋項目	-	0	民視	於民視新聞網露出，提升民眾知曉擴大試管嬰兒補助之效益	民視新聞網
國民健康署	罕見的祝福(罕見疾病勵志與關懷)	網路	08/01-09/11	婦幼健康組第二科	免費增值回饋項目	-	0	民視	加強宣導關懷罕見疾病病人與家庭	民視官網首頁、節目或新聞首頁BANNER連結
國民健康署	罕見的祝福(罕見疾病勵志與關懷)	網路	09/13-09/26	婦幼健康組第二科	免費增值回饋項目	-	0	東森	加強宣導關懷罕見疾病病人及家庭，東森雙頻官網BANNER 1,000,000曝光數/14天	東森雙頻官網
國民健康署	托育補助(助圓夢、安心生，國家跟你一起養)	網路	07/26-08/29	婦幼健康組第三科	免費增值回饋項目	-	0	三立	共5式，每式實際曝光280萬1128次~280萬4450次不等。	三立新聞網(PC+Mobile)
國民健康署	生育補助(「擴大補助不孕症治療」及「增加產檢項目及次數」政策)	網路	07/03	婦幼健康組第三科	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	106,981	東森	於ETtoday新聞網露出，預計約15萬觸及人次。	ETtoday新聞雲
國民健康署	生育補助(「擴大補助不孕症治療」及「增加產檢項目及次數」政策)	網路	07/04	婦幼健康組第三科	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	108,680	東森	於蘋果新聞網露出，預計約15萬觸及人次。	蘋果新聞網

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：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
國民健康署	生育補助（「擴大補助不孕症治療」及「增加產檢項目及次數」政策）	網路	07/05	婦幼健康組第三科	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	95,095	東森	於東森網路新聞網及其臉書粉絲團露出，觸及人數共計174,778次。	東森新聞
國民健康署	生育補助（「擴大補助不孕症治療」及「增加產檢項目及次數」政策）	網路	07/05	婦幼健康組第三科	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	122,076	東森	於媽媽寶寶網路平台露出，預計約5萬觸及人次。	媽媽寶寶
國民健康署	生育補助（「擴大補助不孕症治療」及「增加產檢項目及次數」政策）	網路	07/05	婦幼健康組第三科	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	135,640	東森	於嬰兒與母親網路平台露出，預計約5萬觸及人次。	嬰兒與母親
國民健康署	生育補助（「擴大補助不孕症治療」及「增加產檢項目及次數」政策）	平面	07/01	婦幼健康組第三科	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	176,604	東森	自由時報110年7月1日新聞版面露出，預計約50萬觸及人次。	自由時報
國民健康署	產檢補助（「擴大補助不孕症治療」及「增加產檢項目及次數」政策）	素材	06/21	婦幼健康組第三科	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	27,170	東森	製作擴大產檢補助海報一式，提升民眾擴大產檢政策知曉度。	614家醫療院所及22縣市政府衛生局協助發放
國民健康署	人工生殖補助（「擴大補助不孕症治療」及「增加產檢項目及次數」政策）	素材	06/21	婦幼健康組第三科	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	27,170	東森	製作人工生殖補助海報一式，提升民眾人工生殖擴大補助政策知曉度。	93家醫療院所及22縣市政府衛生局協助發放
國民健康署	人工生殖補助（「擴大補助不孕症治療」及「增加產檢項目及次數」政策）	其它	07/07	婦幼健康組第三科	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	77,400	東森	印製人工生殖補助三折頁共25,800張，提升民眾人工生殖擴大補助政策知曉度。	93家醫療院所、22縣市政府衛生局及相關學會發放宣傳
國民健康署	擴大產檢（「擴大補助不孕症治療」及「增加產檢項目及次數」政策）	其它	06/21	婦幼健康組第三科	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	204,000	東森	印製擴大產檢海報共10,200張，提升民眾擴大產檢政策知曉度。	615家醫療院所及22縣市政府衛生局發放宣傳

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：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
國民健康署	人工生殖補助（「擴大補助不孕症治療」及「增加產檢項目及次數」政策）	其它	06/22	婦幼健康組第三科	基金預算	31菸害防制工作 700健康傳播 245業務宣導費	92,200	東森	印製人工生殖海報共4,610張，提升民眾人工生殖擴大補助政策知曉度。	93家醫療院所及22縣市政府衛生局發放宣傳
國民健康署	人工生殖補助（「擴大補助不孕症治療」及「增加產檢項目及次數」政策）	其它	07/02-07/09	婦幼健康組第三科	基金預算	31菸害防制工作 700健康傳播 245業務宣導費	181,152	東森	寄送人工生殖補助海報及三折頁，提升民眾擴大產檢及人工生殖補助之政策知曉度，共配送888點。	醫療院所、22縣市政府衛生局及相關學會
國民健康署	預防心血管疾病	網路	9/24、9/25-09/29	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	1,403,920	宏將廣告股份有限公司	提升民眾心血管防治識能： 1. 貼圖設計及社群宣導1式(含網路影音1支)及網路製作1組(9/24~) 2. 創意方塊廣告及即時動態圖像廣告，各1組，預估曝光數:3,809,524次(9/25~9/29)	一般民眾
國民健康署	代謝症候群防治	戶外	09/17-09/30	慢性疾病防治組第三科	免費增值回饋項目	-	0	宏將廣告股份有限公司	播放15,120檔，提升代謝症候群防治認知。	雙北社區及住宅電梯廣告
國民健康署	預防代謝症候群	電視	09/13-09/20	慢性疾病防治組第三科	免費增值回饋項目	-	0	宏將廣告股份有限公司	觸及約135,000人數	愛爾達家族
國民健康署	慢性疾病風險評估平台	網路	09/01	慢性疾病防治組第三科	免費增值回饋項目	-	0	宏將廣告股份有限公司	呼籲民眾可運用「慢性疾病風險評估平台」，遠離慢性疾病(糖尿病、心血管疾病、高血壓、腦中風等)	民視網路訊息稿

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：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
國民健康署	糖尿病患者疫情間的自身防護及疾病照護	網路	07/26-09/01	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	提升糖尿病患者疫情間的自身防護及疾病照護： 1. 早安健康雜誌月刊廣告1頁 2. 廣編報導1篇 3. 早安健康官網主banner宣導 4. 手機超級門廣告 5. 早安健康雜誌月刊廣編報導1篇(1400字)	早安健康
國民健康署	預防代謝症候群及心血管疾病防治	電視	09/16-09/22、 09/23-09/29	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	565,333	宏將廣告股份有限公司	預估觸及人數約2,053,949人數，於電視露出共5家。	民視、東森新聞、三立新聞、三立都會、緯來日本
國民健康署	慢性疾病風險評估平台-冠心病是沉默的殺手 3步驟輕鬆掌握風險	網路	09/02	慢性疾病防治組第三科	免費增值回饋項目	-	0	聯利	鼓勵民眾運用「慢性疾病風險評估平台」，遠離慢性疾病(冠心病、糖尿病、高血壓、腦中風、心血管不良事件)危害	TVBS新聞網
國民健康署	C肝篩檢	網路	08/09-09/08	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	36,000	東森	廣宣鼓勵民眾C肝篩檢	自立晚報
國民健康署	心血管疾病防治宣導	電視	09/01-09/15	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	268,983	東森	託播民視無線台：接觸人數約1,400,200人 託播三立台灣台：接觸人數約917,300人	民視、三立
國民健康署	糞便潛腸危機 定期篩檢腸健康	網路	09/11	癌症防治組第一科	免費增值回饋項目	-	0	東森	網路瀏覽人次預計10000人次	新頭條新聞
國民健康署	癌症防治宣導	網路	08/31-09/04	癌症防治組第一科	免費增值回饋項目	-	0	民視	於民視新聞網播放五天黃金訊息，預計瀏覽人次超過10萬人次	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：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
國民健康署	大腸癌防治宣導	網路	09/03-09/30	癌症防治組第一科	免費增值回饋項目	-	0	士奇傳播	網路新聞瀏覽人次超過20000人次	奇摩新聞、蘋果新聞網等
國民健康署	大腸癌防治(老農篇)	戶外	09/17-09/26	癌症防治組第一科	免費增值回饋項目	-	0	士奇傳播	預估接觸人次約1,250,000人次	嘉義、台南、高雄精選商圈/夜市戶外LED電視牆
國民健康署	檳榔防制暨口腔癌防治宣導(職場篇30秒)	廣播	09/13-09/27	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	340,872	士奇傳播	預估接觸人次約1,400,000人次	中廣新聞網、竹苗客親、中台灣勞動、雲嘉南勞動及高屏勞動聯盟等電台
國民健康署	大腸癌防治宣導(老農篇30秒)	網路	09/17-09/30	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	337,862	士奇傳播	預估接觸人次約150,000人次	GOOGLE DV360、自由時報影音廣告
國民健康署	婦癌防治	網路	09/22-09/26	癌症防治組第二科	免費增值回饋項目	-	0	士奇傳播	預估接觸500,000人次	YAHOO入口網
國民健康署	乳癌防治(粉紅10月一起相挺 乳房攝影照【罩】住你的健康)	其它(道具)	09/30	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	41,940	民視	提高乳癌防治記者會之宣導效益，及民眾健康認知。	民眾
國民健康署	婦癌防治(乳房攝影檢查)	新媒體	09/29	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	397,483	士奇傳播	預估接觸人次約80,000人次。	LINE-TODAY情報快遞-焦點大看板
國民健康署	婦癌防治	網路	09/15-09/21	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	165,613	士奇傳播	預估接觸10,000人次	Google

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：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
國民健康署	婦癌防治	網路	09/22-09/28	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	160,880	士奇傳播	預估接觸150,000人次	FaceBook
國民健康署	婦癌防治	網路	09/09-09/15	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	139,118	士奇傳播	預估接觸100,000人次	OTT聯播網
國民健康署	婦癌防治	廣播	09/15-09/28	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	252,114	士奇傳播	預估接觸1,130,000人次	婦女新知聯播網、飛碟聯播網、3大都會上班聯播網
國民健康署	婦癌防治	戶外	09/17-09/30	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	178,864	士奇傳播	預估接觸約850,000人次	計程車內樂樂小黃
國民健康署	乳癌防治	網路	09/18	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	236,595	士奇傳播	預估接觸約530,000人次	FaceBook
國民健康署	低劑量電腦斷層檢查	電視	08/30-09/05	癌症防治組第三科	免費增值回饋項目	-	0	三立	CPRP購買=6500(未稅)/10秒 30秒GRPs=14.84	三立新聞、三立財經
國民健康署	低劑量電腦斷層檢查	網路	09/08-09/21	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	1,079,994	士奇傳播	總觀看(接觸人次)達75.3萬次	AD2及LiTV OTT影音聯播網
國民健康署	健康氣象APP	網路	08/24	社區健康組第三科	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	200,000	格威	加強推廣民眾使用「健康氣象APP」 ，安裝次數達10,000次以上。	記者會播放、健康99網站、TheHealth99 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：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
國民健康署	國民健康飲食（食在好健康）	新媒體（貼文）	09/07-09/29	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	66,000	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頁
國民健康署	減糖（減糖服務）	素材（含網頁設計）	06/01-10/22	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	270,000	意集設計股份有限公司	活動試辦期間影片及網頁瀏覽達60所國小及幼兒園以上，個人觀看達10,000人以上	創新減糖服務設計計畫之網頁
國民健康署	「憶起打造失智友善樂活屋」記者會	其他媒體	110/09/22	監測研究及健康教育組			0	民視	記者會新聞露出	一般民眾
國民健康署	檳榔防制暨口腔癌防治宣導口播訊息	廣播媒體	110/09/14、 110/09/16	癌症防治組第一科	免費增值回饋項目		0	士奇傳播整合行銷股份有限公司	預估約5000人次	台中望春風電台、山城廣播電台、金台灣廣播電台