

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	備註
國民健康署	建立電子煙危害正確觀念-新媒體宣傳案	網路媒體	110/9/14-110/11/10	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	共召開2場專家諮詢會議，依專家建議製作「一頁圖表告訴你」共8則及「不嘗試不購買不推薦電子煙」動畫影片1支，上架後9/14-11/10期間的閱覽人次為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-辦理焦點團體訪談	其他媒體	110/11/15	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。	執行焦點團體訪談	
國民健康署	建立電子煙危害正確觀念-戶外廣告加強推播宣傳方案	戶外媒體	110/11/11-110/11/24	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	網路媒體	110/11/12-110/11/18	菸害防制組第三科	免費增值回饋項目		0	凱絡	於好事聯播網刊登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-廣播帶錄製(台語、客語)	廣播媒體	110/11/01	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 245業務宣導費	87,448	凱絡	錄製「拒絕勸酒、少喝酒」及「酒精不耐症」廣播帶台語及客語版各2支，共計4支。	廣播帶製作	
國民健康署	酒害防制宣導-廣播託播	廣播媒體	110/11/08-110/11/22	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	進行30秒廣播帶託播，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	110/11/16-110/11/30	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	備註
國民健康署	建立電子煙危害正確觀念-焦點團體訪談(後擴)	其他媒體	110/11/28	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。	執行焦點團體訪談	
國民健康署	建立電子煙危害正確觀念-關鍵字廣告2個月	網路媒體	110/10/01-110/11/30	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-跨媒體微型期刊內容製作	網路媒體	110/09/15-110/11/30	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	製作跨媒體微型期刊共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	110/09/15-110/11/30	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-戶外媒體託播	戶外媒體	110/11/01-110/11/14	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	女性菸害防制宣導-Facebook及Vpon	網路媒體	110/11/01-110/11/15	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	備註
國民健康署	女性菸害防制宣導-JAG社群平台行銷	網路媒體	110/10/26-110/11/01	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	女性菸害防制宣導-Yahoo健康專文	網路媒體	110/11/19-110/11/25	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	戒菸宣導-Podcast	網路媒體	110/10/07-110/11/01	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 245業務宣導費	163,900	三立	於Podcast「M觀點」、「人渣文本」節目不重複下載數各超過42,000、14,000次。	Podcast	
國民健康署	防菸宣導-東森噪咖客製影音	網路媒體	110/11/24	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	製作菸害防制宣導影音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、網路媒體託播	電視媒體	110/10/01-110/11/28	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	電視媒體方面預估達31.05個10秒GRPs、戶外媒體共播出358,540檔、網路媒體共125,000觀看數	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-電視與網路宣導短片	網路媒體	110/11/09	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。	製作宣導短片	
國民健康署	無菸環境-圖文插畫議題行銷(柴語錄)	網路媒體	110/11/15	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-網路媒體廣告	網路媒體	110/11/15-110/11/30	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-電視媒體託播	電視媒體	110/11/15-110/11/30	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	備註
國民健康署	「2021年奇憶旅程 伴你啟程」 成果發表活動暨記者會	網路媒體	110/11/09- 110/11/10	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	本案網路新聞預計 100萬次瀏覽量	網路新聞	
國民健康署	「奇憶旅程 伴你啟程」巡迴展	網路媒體	110/11/15	社區健康組 第二科	免費加值回饋 項目		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	「奇憶旅程 伴你啟程」巡迴展	平面媒體	110/11/15	社區健康組 第二科	免費加值回饋 項目		0	凱絡	本案文字訊息稿預 計30萬次曝光率。	雜誌	
國民健康署	宣導國人以植物性為主之低碳 飲食	其他媒體	110/07/20- 110/11/19	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	完成植物性為主低 碳飲食影音食譜8 支	影音製作	
國民健康署	「食在好健康」臉書粉絲頁貼 文製作	網路媒體	110/11/01- 110/11/25	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	臉書粉絲團	
國民健康署	小小廚師營特別企劃-宣導均衡 飲食,健康體位及質地調整飲食	其他媒體	110/08/16- 110/11/10	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	宣導活動	
國民健康署	代謝症候群(腰圍篇)	網路媒體	110/11/25- 110/11/29	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	宣導教育民眾認識 代謝症候群警戒指 標,預計有 573,714曝光數	Google	
國民健康署	糖尿病防治	電視媒體	110/11/05- 110/11/18	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	網路媒體	110/11/22- 110/11/28	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	廣播媒體	110/11/05- 110/11/18	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,於好事聯 播網(4台)、城市 廣播網(4台)、蓮 友廣播電台、正聲 台東台及民立廣播 電台,共5電台播 出,共執行440	好事聯播網、 城市廣播網、 蓮友廣播電 台、正聲台 東台、民立廣 播電台	

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	備註
國民健康署	高血壓防治	廣播媒體	110/11/15- 110/11/28	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，於城市廣 播(4台)播出，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	備註
國民健康署	高血壓防治	廣播媒體	110/11/22-110/11/28	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，於快樂聯播網(7台)播出，共執行56檔。	快樂聯播網	
國民健康署	預防高血壓	其他媒體	110/11/19	慢性疾病防治組第三科	免費加值回饋項目		0	宏將廣告股份有限公司	提升民眾高血壓防治的認知。	民視新聞粉絲團貼文	
國民健康署	肺阻塞(COPD)防治	其他媒體	110/11/17	慢性疾病防治組第三科	免費加值回饋項目		0	宏將廣告股份有限公司	提升民眾COPD肺阻塞防治的知能，於Podcast口播醫起543播出。	Podcast口播醫起543	
國民健康署	肺阻塞(COPD)防治	其他媒體	110/11/15	慢性疾病防治組第三科	免費加值回饋項目		0	宏將廣告股份有限公司	提升民眾COPD肺阻塞防治的知識	Podcast口播名醫真心話	
國民健康署	肺阻塞(COPD)防治	其他媒體	110/11/15	慢性疾病防治組第三科	免費加值回饋項目		0	宏將廣告股份有限公司	提升民眾COPD肺阻塞防治的知識	民視新聞網網路訊息稿	
國民健康署	預防糖尿病	網路媒體	110/11/05-110/11/18	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	網路媒體	110/11/05-110/11/18	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	網路媒體	110/11/05-110/11/18	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	網路媒體	110/11/05-110/11/26	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型態	
國民健康署	預防心血管疾病	網路媒體	110/10/25-110/11/21	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	臉書投放，預估10,000次點擊率 LINE多媒體聯播網投放，預估曝光數1,000,000次	製作活動網頁、抽獎互動活動、臉書投放、多媒體聯播網	
國民健康署	預防糖尿病記者會	其他媒體	110/11/02	慢性疾病防治組第三科	免費加值回饋項目		0	士奇傳播整合行銷股份有限公司	11/2糖尿病記者會，電視出機:八大、台視、TVBS、中視、大愛、民視、華視，共7	八大、台視、TVBS、中視、大愛、民視、華視	
國民健康署	預防心血管疾病	其他媒體	110/11/24	慢性疾病防治組第三科	免費加值回饋項目		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	

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
國民健康署	長者健康整合式功能評估 (ICOPE)	其他媒體	110/11/16	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	素材製作	
國民健康署	天冷保暖抗寒「慢、熱、起、穿、行」5招	網路媒體	110/11/29	慢性疾病防治組第三科	免費增值回饋項目		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	110/08/20-110/11/09	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	電視媒體	110/11/02	監測研究及健康教育組第三	免費增值回饋項目		0	民視	記者會新聞露出	民視新聞	
國民健康署	「早產兒居家照護 醫護齊守護」記者會	電視媒體	110/11/15	監測研究及健康教育組第三	免費增值回饋項目		0	民視	記者會新聞露出	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	電視媒體	110/11/23	監測研究及健康教育組第三	免費增值回饋項目		0	民視	記者會新聞露出	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	電視媒體	110/11/26	監測研究及健康教育組第三	免費增值回饋項目		0	民視	記者會新聞露出	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	電視媒體	110/11/05-110/11/08	監測研究及健康教育組第三	免費增值回饋項目		0	三立	記者會新聞露出	三立新聞	
國民健康署	「奇憶旅程 伴你啟程」成果發表活動	電視媒體	110/11/09-110/11/11	監測研究及健康教育組第三	免費增值回饋項目		0	三立	記者會新聞露出	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	電視媒體	110/11/12-110/11/15	監測研究及健康教育組第三科	免費增值回饋項目		0	三立	記者會新聞露出	三立新聞	
國民健康署	「早產兒居家照護 醫護齊守護」記者會	電視媒體	110/11/15-110/11/18	監測研究及健康教育組第三	免費增值回饋項目		0	三立	記者會新聞露出	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	電視媒體	110/11/23-110/11/25	監測研究及健康教育組第三	免費增值回饋項目		0	三立	記者會新聞露出	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	電視媒體	110/11/26-110/11/28	監測研究及健康教育組第三	免費增值回饋項目		0	三立	記者會新聞露出	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	電視媒體	110/11/22-110/11/24	監測研究及健康教育組第三	免費增值回饋項目		0	三立	訊息素材製作	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」記	電視媒體	110/11/23	監測研究及健康教育組第三	免費增值回饋項目		0	東森	記者會新聞露出	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」記	電視媒體	110/11/23	監測研究及健康教育組第三	免費增值回饋項目		0	凱絡	記者會新聞露出	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	電視媒體	110/11/30	監測研究及健康教育組第三	免費增值回饋項目		0	民視	記者會新聞露出	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	電視媒體	110/11/30	監測研究及健康教育組第三	免費增值回饋項目		0	三立	記者會新聞露出	三立新聞	

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
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	戶外媒體	110/10/12-110/11/11	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	
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	其他媒體	110/09/01-110/11/10	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	宣導品製作	
國民健康署	大腸癌防治宣導-長青篇30秒CF	網路媒體	110/11/03-110/11/16	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CF	網路媒體	110/11/10-110/11/23	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	大腸癌防治宣導-長青篇10秒CF	網路媒體	110/11/17-110/11/30	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	大腸癌防治宣導-長青篇BANNER	網路媒體	110/11/17-110/11/23	癌症防治組第一科	免費增值回饋項目		0	凱絡	500,000次曝光	YAHOO全網輪播	
國民健康署	大腸癌防治宣導-長青篇30秒CF	網路媒體	110/11/03-110/11/16	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	大腸癌防治宣導-長青篇30秒CF	戶外媒體	110/11/08-110/11/14	癌症防治組第一科	免費增值回饋項目		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	大腸癌防治宣導-長青篇30秒CF	網路媒體	110/11/01-110/11/30	癌症防治組第一科	免費增值回饋項目		0	格威	15,000,000次曝光數	各大免費資源平台	
國民健康署	大腸癌防治宣導-長青篇30秒CF	網路媒體	110/11/01-110/11/30	癌症防治組第一科	免費增值回饋項目		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	大腸癌防治宣導-長青篇30秒CF	電視媒體	110/11/10-110/11/19	癌症防治組第一科	免費增值回饋項目		0	凱絡	910檔，預估910,000,000人次觀看	MOD Barker	
國民健康署	大腸癌防治宣導-長青篇30秒CF	網路媒體	110/10/25-110/11/07	癌症防治組第一科	免費增值回饋項目		0	民視	預估280,000人次瀏覽	民視官網廣告BANNER	
國民健康署	婦癌防治宣導	網路媒體	110/10/29-110/11/02	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	婦癌防治宣導	戶外媒體	110/10/11-110/11/10	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	備註
國民健康署	乳癌防治	網路媒體	110/11/05	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網路大數據觀測分析服務	
國民健康署	婦癌防治宣導	廣播媒體	110/10/15-110/11/10	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	婦癌防治宣導	網路媒體	110/11/05-110/11/16	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	婦癌防治宣導	網路媒體	110/11/08-110/11/21	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	肝癌防治宣導	其他媒體	110/11/01-110/11/14	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宣導	戶外媒體	110/10/18-110/11/07	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	出生性別比宣導	網路媒體	110/05/10-110/11/15	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	網路媒體	110/10/22-110/11/04	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	