

113 年第 2 季辦理政策及業務宣導之執行情形表

民政教育委員會

113年第2季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導主題	媒體類型	宣導期程	執行單位	執行金額	預算科目	受委託廠商名稱	備註
教育局	家庭教育活動及家庭教育諮詢專線	網路媒體	113.4.26-12.06	臺南市家庭教育中心	55,000	臺南市地方教育發展基金-社會教育計畫	生洋網路股份有限公司	1.宣導內容：宣傳家庭教育中心活動及412-8185家庭教育諮詢專線，鼓勵民眾參加中心活動，及遇有家庭困擾時可撥打專線尋求協助 2.宣導方式： (1)廣告家庭教育中心辦理之「愛家515幸福齊飛舞」、慶祝祖父母節「幸福祖孫情 快樂向前行」、 「『新』潮流世代-甜蜜蜜家庭日」、 「家庭教育成果嘉年華」及412-8185家庭教育諮詢專線5則臉書貼文 (2)預計曝光數達74萬次，點擊數達7,400次

113年第2季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導主題	媒體類型	宣導期程	執行單位	執行金額	預算科目	受委託廠商名稱	備註
教育局	「臺南400全民教育-教育的時空旅行」主題展	網路媒體	113.5.24	秘書室	98,000	臺南市地方教育發展基金-一般行政管理計畫	中國時報文化事業股份有限公司	1.宣導內容：主題展內容介紹、開幕活動、闖關遊戲 2.宣導方式：中時新聞網焦點大圖1天(版面656X429<70K)、網路廣編稿(800字+3圖)1則、FB粉絲團貼文1則 3.中時新聞網焦點大圖點閱率：34,270次；廣編稿點閱率：20,043次；FB粉絲團貼文：曝光數25,761次、觸及數25,689次、貼文互動數2,903次
教育局	臺南400樂齡嘉年華閃耀登場 終身學習「銀」向精彩人生	網路媒體	113.6.21	秘書室	19,600	臺南市地方教育發展基金-一般行政管理計畫	世代傳媒股份有限公司	1.宣導內容：臺南400樂齡嘉年華閃耀登場 終身學習「銀」向精彩人生 2.宣導方式：113.6.21上報 https://www.upmedia.mg/news_info.php?Type=143&SerialNo=204472 3.瀏覽次數：約1,857次

113年第2季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導主題	媒體類型	宣導期程	執行單位	執行金額	預算科目	受委託廠商名稱	備註
教育局	全國首創 南市開發「智慧魔鏡-生成式AI數位學習平台」 成為學生學習好夥伴	網路媒體	113.6.26	秘書室	19,600	臺南市地方教育發展基金-一般行政管理計畫	世代傳媒股份有限公司	1.宣導內容：全國首創 南市開發「智慧魔鏡-生成式AI數位學習平台」成為學生學習好夥伴 2.宣導方式：113.6.26上報 https://www.upmedia.mg/news_info.php?Type=143&SerialNo=204869 3.瀏覽次數：約1,351次
教育局	2024臺南市兒童藝術教育節5歲了！適逢臺南400活動內容更有看頭	廣播媒體	113.6.22、113.6.29	秘書室	49,000	臺南市地方教育發展基金-一般行政管理計畫	元元傳播廣告工作室	1.宣導內容：2024臺南市兒童藝術教育節5歲了！適逢臺南400活動內容更有看頭 2.宣導方式：嘉南電台播出，收聽範圍涵蓋大台南全區，另及於高雄市茄荳、路竹、阿蓮，以及嘉義縣大埔鄉，1小時專訪，113年6月22日及6月29日各播出一集 3.收聽人數：台南地區收聽人數約15-20萬人

113年第2季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導主題	媒體類型	宣導期程	執行單位	執行金額	預算科目	受委託廠商名稱	備註
教育局	第64屆全國科展	電視媒體	113.6.13-6.30	課程發展科	150,000	臺南市地方教育發展基金-國民教育計畫	好奇廣告事業有限公司	1.宣導內容：第64屆全國科展記者會 2.宣導方式：TVBS/台視新聞露出 3.新聞1則各播放3檔次，共6檔次，共58.8萬人次觀看，每則約1分30秒。
客家事務委員會	臺南市客語陪伴員結訓典禮暨客語生活家庭見面座談會	電視媒體	113.5.19	文教推廣科	100,000	客家業務-客家業務-文教推廣	臺灣扎根教育創思協會	1.本案臺灣扎根教育創思協會委託非凡新聞台報導。 2.播報時段：為113年5月19日下午12及6時。 3.播出秒數：為127秒。 4.本案新聞共計1則；平均收視率0.41。 5.內容為「臺南市積極推動客語，從家庭當基礎傳承客家母語與文化。26名客語陪伴員們成功結訓並在結訓典禮上，與客語生活家庭見面。」 6.具體成果： (1)計26名客語陪伴員融入32組客語生活家庭。 (2)成功觸及90,000人，彰顯臺南市推動客家文化振興成果。

113年第2季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導主題	媒體類型	宣導期程	執行單位	執行金額	預算科目	受委託廠商名稱	備註
客家事務委員會	臺南400客家大展-客星人的多重宇宙開幕宣傳	電視媒體	113.6.24-6.29	綜合產發科	340,000	客家業務-客家業務-綜合產發	圖威創意股份有限公司	1.本案由圖威創意股份有限公司委託民間全民電視股份有限公司(第一台、新聞台及台灣台)報導。 2.廣告播報日期113年6月24日至6月29日，播出秒數為52檔次1,040秒，內容為「臺南400-客星人的多重宇宙 20秒CF」1則，廣告效益收視總人數達1,304,000人次收看。 3.民視新聞台電視快訊(24小時輪播)，113年6月28日露出，內容為「6/29 臺南400-客星人的多重宇宙 客家文化會館開幕」1則，平均收視率1.7。 4.開幕記者會新聞1則，長度90秒，播出時間分別為113年6月29日16:00、22:00；113年6月30日 08:00收視率分別為0.71、0.72、0.92。 5.113年6月29日至6月30日入館參觀人次計1,200人次。

113年第2季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導主題	媒體類型	宣導期程	執行單位	執行金額	預算科目	受委託廠商名稱	備註
客家事務委員會	臺南400客家大展-客星人的多重宇宙開幕宣傳	網路媒體	113.6.28-6.29	綜合產發科	30,000	客家業務-客家業務-綜合產發	圖威創意股份有限公司	1.本案由圖威創意股份有限公司委託民間全民電視股份有限公司網路媒體報導。 2.民視新聞網網路快訊：刊登日期為113年6月28日；內容為「6/29 客星人的多重宇宙-臺南400客家大展開幕」1則，日平均瀏覽量721,164人次。 3.民視新聞網youtube：刊登日期為113年6月29日；內容為「客星人的多重宇宙」開展 臺南400邀您體驗客家文化魅力1則，截至6月30日觀看次數計410次。 4.民視新聞網facebook：刊登日期為113年6月29日；內容為臺南400客家大展「客星人的多重宇宙」登場 主題性的互動展覽設計，讓民眾探索客星人多重宇宙的奇妙魅力！1則，截至6月30日點閱率82次；按讚次數14人次。 5.113年6月29日至6月30日入館參觀人次計1,200人次。

113年第2季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導主題	媒體類型	宣導期程	執行單位	執行金額	預算科目	受委託廠商名稱	備註
原住民族事務委員會	113年度臺南市札哈木部落大學招生暨開學記者會 原民會歡迎來報名	網路媒體	113.4.10	綜合產發科	1,000	原住民族業務-原住民族業務-綜合產發業務	洺新錄影工作室	1.本會提供新聞稿及照片予廠商以宣傳本會各項社會福利措施、政策及活動辦理。 2.合作方式係以靜態方式將新聞稿及照片於「視傳媒」新聞網刊出。 3.瀏覽人數：5,412人
原住民族事務委員會	《Rakarak-漂泊向南方》都市原住民族主題樂舞 臺南400回饋演出	網路媒體	113.4.13	綜合產發科	1,000	原住民族業務-原住民族業務-綜合產發業務	洺新錄影工作室	1.本會提供新聞稿及照片予廠商以宣傳本會各項社會福利措施、政策及活動辦理。 2.合作方式係以靜態方式將新聞稿及照片於「視傳媒」新聞網刊出。 3.瀏覽人數：5,215人

113年第2季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導主題	媒體類型	宣導期程	執行單位	執行金額	預算科目	受委託廠商名稱	備註
原住民族事務委員會	臺南市札哈木部落大學數位學習 掌握AI新浪潮	網路媒體	113.4.27	綜合產發科	1,000	原住民族業務-原住民族業務-綜合產發業務	洺新錄影工作室	1.本會提供新聞稿及照片予廠商以宣傳本會各項社會福利措施、政策及活動辦理。 2.合作方式係以靜態方式將新聞稿及照片於「視傳媒」新聞網刊出。 3.瀏覽人數：6,578人
原住民族事務委員會	北頭洋夜祭復辦26年 再現西拉雅走標及狩獵習俗	網路媒體	113.5.7	綜合產發科	1,000	原住民族業務-原住民族業務-綜合產發業務	洺新錄影工作室	1.本會提供新聞稿及照片予廠商以宣傳本會各項社會福利措施、政策及活動辦理。 2.合作方式係以靜態方式將新聞稿及照片於「視傳媒」新聞網刊出。 3.瀏覽人數：7,025人
原住民族事務委員會	原民會慶祝臺南400辦理「原原不止400年」文化展	網路媒體	113.5.10	綜合產發科	1,000	原住民族業務-原住民族業務-綜合產發業務	洺新錄影工作室	1.本會提供新聞稿及照片予廠商以宣傳本會各項社會福利措施、政策及活動辦理。 2.合作方式係以靜態方式將新聞稿及照片於「視傳媒」新聞網刊出。 3.瀏覽人數：6,012人

113年第2季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導主題	媒體類型	宣導期程	執行單位	執行金額	預算科目	受委託廠商名稱	備註
原住民族事務委員會	第三屆南青派對 原民文化議起來！南應大盛大舉辦	網路媒體	113.5.18	綜合產發科	1,000	原住民族業務-原住民族業務-綜合產發業務	洺新錄影工作室	1.本會提供新聞稿及照片予廠商以宣傳本會各項社會福利措施、政策及活動辦理。 2.合作方式係以靜態方式將新聞稿及照片於「視傳媒」新聞網刊出。 3.瀏覽人數：5,741人
原住民族事務委員會	西拉雅名制、族名、名譜調查 原民會：將積極研擬爭取中央預算或建議中央辦理	網路媒體	113.6.2	綜合產發科	1,000	原住民族業務-原住民族業務-綜合產發業務	洺新錄影工作室	1.本會提供新聞稿及照片予廠商以宣傳本會各項社會福利措施、政策及活動辦理。 2.合作方式係以靜態方式將新聞稿及照片於「視傳媒」新聞網刊出。 3.瀏覽人數：6,510人
原住民族事務委員會	原民會慶祝臺南400辦理「原原不止400年」文化展	網路媒體	113.6.27	綜合產發科	1,000	原住民族業務-原住民族業務-綜合產發業務	洺新錄影工作室	1.本會提供新聞稿及照片予廠商以宣傳本會各項社會福利措施、政策及活動辦理。 2.合作方式係以靜態方式將新聞稿及照片於「視傳媒」新聞網刊出。 3.瀏覽人數：5,711人

113年第2季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導主題	媒體類型	宣導期程	執行單位	執行金額	預算科目	受委託廠商名稱	備註
原住民族事務委員會	「原原不止400年—原住民族群的文化展」今開展 原民會邀請全國民眾前來認識臺南歷史	網路媒體	113.6.29	綜合產發科	1,000	原住民族業務-原住民族業務-綜合產發業務	洺新錄影工作室	1.本會提供新聞稿及照片予廠商以宣傳本會各項社會福利措施、政策及活動辦理。 2.合作方式係以靜態方式將新聞稿及照片於「視傳媒」新聞網刊出。 3.瀏覽人數：6,578人
體育局	宣傳永華國民運動中心兒童節活動	網路媒體	113.4.2	秘書室	10,000	一般行政-行政管理	洺新錄影工作室(視傳媒新聞網)	1.113年4月2日刊登。 2.刊登圖文廣告。 3.曝光次數約為135,000次。
體育局	2024臺南市國際龍舟錦標賽	平面媒體	113.4.14	全民運動科	98,000	體育業務-體育活動-全民運動	中國時報文化事業股份有限公司	1.113年4月14日刊登。 2.創藝報馬仔紙本廣編。 3.三分之二版，600字、1圖。 4.發行26萬份。
體育局	臺南運動健康護照	平面媒體	113.4.24	全民運動科	30,000	體育業務-體育活動-全民運動	太平洋日報股份有限公司	1.113年4月24日刊登。 2.頭版半版彩色廣告。 3.發行20萬份。

113年第2季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導主題	媒體類型	宣導期程	執行單位	執行金額	預算科目	受委託廠商名稱	備註
體育局	2024臺南市國際龍舟錦標賽	網路媒體	113.6.1	全民運動科	30,000	體育業務-體育活動-全民運動	透視傳媒社	1.113年6月1日刊登。 2.刊登圖文廣告。 3.曝光次數約為160,000次。
體育局	臺南400年 揪你一騎 i臺南	平面媒體	113.6.2	秘書室	30,000	一般行政-行政管理	新新聞報社	1.113年6月2日刊登。 2.台灣焦點版。 3.半段十行3版。 4.發行5萬份。
體育局	全民來運動-臺南運動健康護照	平面媒體	113.6.6	秘書室	30,000	一般行政-行政管理	新新聞報社	1.113年6月6日刊登。 2.台灣焦點版。 3.半段十行3版。 4.發行5萬份。

113年第2季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導主題	媒體類型	宣導期程	執行單位	執行金額	預算科目	受委託廠商名稱	備註
民政局	宗教優質化政策內涵、環保鞭炮機借用政策	平面媒體	113.4	宗教禮俗科	50,000	宗教禮俗-宗教禮俗	臺灣中華日報社股份有限公司	*刊登版面:「Temple之美:廟宇的故事no.9」(專刊)全版全彩2頁 *出版日期:113年4月 *發行人:5萬本 相關效益:本刊物內容主要為全台各廟宇特色簡介,發送對象亦以廟宇為主,刊登環保鞭炮機借用資訊,可以有效觸及政策相關對象,俾利其獲得宗教優質化、環保鞭炮機政策資訊,提升借用率、促進宗教優質化。
民政局	祭祀公業土地標售權利價金保管款公告	平面媒體	113.4.24-4.26	宗教禮俗科	18,000	宗教禮俗-宗教禮俗	自由時報企業股份有限公司	*刊登版面:自由時報南市縣版(日報)、文字5段(共40行) *發行日期:113年4月24.25.26日 *全國訂戶:約48萬份訂戶 相關效益:有關標售資訊係為讓不特定民眾得以知悉,爰透過市占率較高之平面媒體刊登相關資訊,以便觸及更多民眾,且能透過公告資訊維護相關權益。

113年第2季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導主題	媒體類型	宣導期程	執行單位	執行金額	預算科目	受委託廠商名稱	備註
民政局	綠色殯葬、平民安葬	網路媒體	113.4.17	生命事業科	30,000	臺南市殯葬事業管理基金-成本與費用-業務成本與費用-管理及總務費用	洺新錄影工作室	視傳媒新聞 1. https://nvns.net/news_view.php?new_sn=54751 2. https://nvns.net/news_view.php?new_sn=54752 該網站瀏覽人次：17,485,591 當則新聞瀏覽數： (1)臺南市政府推動綠色殯葬 成效顯著：40178次 (2)臺南市平民安葬專戶 持續協助弱勢喪葬需求：37910次 相關效益：幫助本市有殯葬需求之弱勢者，讓民眾了解台南市設有「平民安葬專戶」協助弱勢民眾完成自己或親人的身後事。

113年第2季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導主題	媒體類型	宣導期程	執行單位	執行金額	預算科目	受委託廠商名稱	備註
民政局	環保葬成果宣導	網路媒體	113.5.13	生命事業科	20,000	臺南市殯葬事業管理基金-成本與費用-業務成本與費用-管理及總務費用	透視傳媒社	透傳媒新聞網 https://www.tou-news.com/archives/17594 點閱率:6240 相關效益：透過媒體積極宣導「節葬」與「簡葬」理念，又能讓逝者回歸綠意盎然的大自然懷抱，兼具環境綠化又不占土地空間。

113年第2季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導主題	媒體類型	宣導期程	執行單位	執行金額	預算科目	受委託廠商名稱	備註
民政局	照顧家庭服役免煩惱 家庭因素申請服替代役 照顧家人好幸福	網路媒體	113.5.27	兵役後勤科	20,000	役政業務-勤務業務	翔達企劃	台灣好新聞 https://www.taiwanhot.net/news/focus/1069460/%E7%85%A7%A1%A7%E5%AE%B6%E5%BA%AD%E6%9C%8D%E5%BD%B9%E5%85%8D%E7%85%A9%E6%83%B1+%E5%AE%B6%E5%BA%AD%E5%9B%A0%E7%B4%A0%E7%94%B3%E8%AB%8B%E6%9C%8D%E6%9B%BF%E4%BB%A3%E5%BD%B9+%E7%85%A7%E9%A1%A7%E5%AE%B6%E4%BA%BA%E5%A5%BD%E5%B9%B8%E7%A6%8F/57/%E5%8F%B0%E5%8D%97 瀏覽量:35000 相關效益：透過網路媒體宣導讓更多的家長、役男知道有此服役機制，維護其權益。

113年第2季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導主題	媒體類型	宣導期程	執行單位	執行金額	預算科目	受委託廠商名稱	備註
民政局	兵役徵集及全民國防手冊市政宣導	平面媒體	113.6.12	兵役徵集科	20,000	役政業務-徵兵處理	太平洋日報股份有限公司	太平洋日報-刊物發行量:訂戶約10萬 露出版面規格:半版(34*26)/半彩-地方版 刊登時間:113年6月12日 相關效益：使民眾瞭解全民國防之重要性，並推廣全民國防手冊及摺頁。
白河區公所	白河區2024白河蓮花季	平面媒體	113.4.30	農業及建設課	21,000	代辦經費-2024白河蓮花季	搞藝國際顧問有限公司	平面媒體(臺灣時報)-113年04月30日上刊（全國焦點版，半十批版面，全彩），內容為宣傳2024白河蓮花季活動宣傳，發行量：150,000份 相關效益：成功提升活動知名度，預估吸引1,000位遊客來白河旅遊，促進地方經濟與觀光發展。

113年第2季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導主題	媒體類型	宣導期程	執行單位	執行金額	預算科目	受委託廠商名稱	備註
白河區公所	白河區2024白河蓮花季	廣播媒體	113.4.20-5.9	農業及建設課	15,000	代辦經費-2024白河蓮花季	嘉樂廣播事業股份有限公司	廣播媒體(嘉樂廣播事業股份有限公司-嘉義嘉樂FM92.3)播出秒數：30秒，內容為宣傳2024白河蓮花季活動宣傳，共40檔。執行期間，贈送電腦隨機播40檔，總檔次共80檔。◎4月(第一波)4/20至4/24，0700-1200：2檔；1200-1700：2檔；1700-2200：2檔◎4月~5月(第二波)4/29至5/3，0700-1200：2檔；1200-1700：2檔；1700-2200：2檔◎5月(第三波)5/5至5/9，0700-1200：2檔；1200-1700：2檔；1700-2200：2檔 涵蓋範圍：嘉義、臺南收聽戶 相關效益：成功提升活動知名度，預估吸引800位遊客來白河旅遊，促進地方經濟與觀光發展。

113年第2季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導主題	媒體類型	宣導期程	執行單位	執行金額	預算科目	受委託廠商名稱	備註
關廟區公所	2024臺南鳳梨好筍季農業產業文化活動宣傳	網路媒體 廣播媒體	113.4.14-4.20	農業及建設課	23,170	代辦經費-鳳梨好筍節產業文化活動	跨介文化傳播有限公司	宣傳平台：Facebook、A-Line FM 98.7 青春台 媒體流量：點讚人次297人、收聽人數20,933人 廣播媒體涵蓋範圍:台南、高雄 廣播媒體時段秒數:11時至20時共15次，每次20秒 相關效益：廣播媒體收聽人數多、受眾廣，讓本所鳳梨好筍季活動廣為周知，促使更多民眾參加活動，達到推廣農產品效果。

113年第2季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導主題	媒體類型	宣導期程	執行單位	執行金額	預算科目	受委託廠商名稱	備註
永康區公所	登革熱防治宣導	網路媒體	113.4.22-4.29	行政課	7,000	一般行政-行政管理	宏權科技有限公司	於公所臉書發布，觸及人數4,965人。 相關效益：藉由永康區公所官方facebook宣傳，透過新興媒體擴大傳統面對面教學，推播登革熱病媒蚊防疫訊息，跳脫傳統平面行銷宣傳，藉由網路媒體的推播，提升登革熱病媒蚊防疫知識。
白河區公所	白河區2024白河蓮花季	平面媒體	113.5.1	農業及建設課	22,000	代辦經費-2024白河蓮花季	搞藝國際顧問有限公司	平面媒體(民眾日報)-113年05月01日上刊（綜合產業版，半十批版面，全彩），內容為宣傳2024白河蓮花季活動宣傳，發行量：216,000份 相關效益：成功提升活動知名度，預估吸引1,500位遊客來白河旅遊，促進地方經濟與觀光發展。

113年第2季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導主題	媒體類型	宣導期程	執行單位	執行金額	預算科目	受委託廠商名稱	備註
白河區公所	白河區2024白河蓮花季	平面媒體	113.5.1	農業及建設課	14,000	代辦經費-2024白河蓮花季	搞藝國際顧問有限公司	平面媒體(聯合報)-113年05月01日上刊(社會A12版, 半十批版面, 全彩), 內容為宣傳2024白河蓮花季活動宣傳, 發行量: 20,000份 相關效益: 成功提升活動知名度, 預估吸引500位遊客來白河旅遊, 促進地方經濟與觀光發展。
白河區公所	白河區2024白河蓮花季	平面媒體	113.5.3	農業及建設課	35,000	代辦經費-2024白河蓮花季	搞藝國際顧問有限公司	平面媒體(中華日報)-113年05月03日上刊(台南焦點版, 半十批版面, 全彩), 內容為宣傳2024白河蓮花季活動宣傳, 發行量: 21,000份 相關效益: 成功提升活動知名度, 預估吸引700位遊客來白河旅遊, 促進地方經濟與觀光發展。

113年第2季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導主題	媒體類型	宣導期程	執行單位	執行金額	預算科目	受委託廠商名稱	備註
白河區公所	白河區2024白河蓮花季	平面媒體	113.5.4	農業及建設課	25,000	代辦經費-2024白河蓮花季	搞藝國際顧問有限公司	平面媒體(臺灣新生報)-113年05月04日上刊(全國焦點版,半十批版面,全彩),內容為宣傳2024白河蓮花季活動宣傳,發行量:180,000份 相關效益:成功提升活動知名度,預估吸引1,000位遊客來白河旅遊,促進地方經濟與觀光發展。

113年第2季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導主題	媒體類型	宣導期程	執行單位	執行金額	預算科目	受委託廠商名稱	備註
白河區公所	白河區2024白河蓮花季	電視媒體	113.5.1-5.10	農業及建設課	20,000	代辦經費-2024白河蓮花季	搞藝國際顧問有限公司	電視媒體(南天有線電視股份有限公司)。◎影片檔廣告：5/1至5/10，之間的5日共計200次，影片長度10秒，內容為宣傳2024白河蓮花季活動宣傳。◎走馬燈廣告：5/1至5/10，之間的2日共計480次，影片長度10秒，內容為宣傳2024白河蓮花季活動宣傳。◎播放區域為台南16區，包含戶數約80,000戶。 相關效益：成功提升活動知名度，預估吸引1,500位遊客來白河旅遊，促進地方經濟與觀光發展。

113年第2季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導主題	媒體類型	宣導期程	執行單位	執行金額	預算科目	受委託廠商名稱	備註
永康區公所	母親節表揚活動	網路媒體	113.5.6-5.13	行政課	7,000	一般行政-行政管理	宏權科技有限公司	於公所臉書發布，觸及人數2,302人。 相關效益：藉由永康區公所官方facebook宣傳，透過新興媒體，向慣用行動裝置的年輕族群推播惜福感恩每個家庭認真努力且無私奉獻的母親的訊息，跳脫傳統平面行銷宣傳，藉由網路媒體的推播，表揚來自各地不同家庭，但唯一共通點都是母親無私的愛。
南區區公所	2024清水祖師文化季活動宣傳	平面媒體	113.5.10、5.25	人文課	10,000	區公所文化業務-文化工作	臺灣中華日報社股份有限公司	1.刊登中華日報 2.地方版 3.半版/半彩 4.發行量:地方報5萬份。 5.相關效益:藉由媒體揭露及配合臺南400活動，不僅讓信仰的火種延續，並能推廣在地特色及美食。

113年第2季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導主題	媒體類型	宣導期程	執行單位	執行金額	預算科目	受委託廠商名稱	備註
南區區公所	2024清水祖師文化季活動宣傳	電視媒體	113.5.23	人文課	5,000	區公所文化業務-文化工作	鑫傳國際多媒體科技股份有限公司	1.第四台走馬燈託播 (新永安) 2.撥出時間:5月23日 3.每次約40秒/播5次 4.相關效益:藉由媒體揭露及配合臺南400活動，不僅讓信仰的火種延續，並能推廣在地特色及美食。
南區區公所	2024清水祖師文化季活動宣傳	電視媒體	113.5.13、5.27	人文課	5,000	區公所文化業務-文化工作	中嘉數位股份有限公司	1.第四台報導(三冠王) 2.時間:5月13日(2分54秒)、5月27日(1分27秒)、5月27日(1分57秒) 3.相關效益:藉由媒體揭露及配合臺南400活動，不僅讓信仰的火種延續，並能推廣在地特色及美食。

113年第2季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導主題	媒體類型	宣導期程	執行單位	執行金額	預算科目	受委託廠商名稱	備註
大內區公所	2024台灣芒果季-臺南國際芒果節-大內區芒果節活動訊息	網路媒體	113.6.27	農業及建設課	6,500	代辦經費-大內區酪梨節產業文化等活動費	跨介文化傳播有限公司	「阿春仔in台南」追蹤數34萬人，本活動訊息觸及人數 9276人。 相關效益：由廠商找尋擁有高人氣介紹臺南文化、食旅、活動的臺南知名部落客「阿春仔in台南」，將活動訊息露出臉書粉絲專頁，讓關注的粉絲朋友了解活動的內容，並透過分享、標記讓更多人知曉，達到廣大宣傳效果。
新市區公所	推廣重返白蓮霧舊時光-2024新市白蓮霧節農業產業文化活動	網路媒體	113.6.16-6.23	民政及人文課	33,000	區公所文化業務-文化工作	鑫傳國際多媒體科技股份有限公司	新市白蓮霧影片3分鐘 (1920*1080) 贈新市白蓮霧影片精華版 1分鐘 (1920*1080) 網路媒體觸及數222次 使用效益： 本影片透過新市區公所官方youtube網站及facebook宣傳，透過新興媒體，向慣用行動裝置的年輕族群推播活動訊息，跳脫傳統平面行銷宣傳，藉由網路媒體的推播，吸引更多來自不同地區的民眾瞭解白蓮霧及相關活動。

113年第2季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導主題	媒體類型	宣導期程	執行單位	執行金額	預算科目	受委託廠商名稱	備註
新市區公所	推廣重返白蓮霧舊時光-2024新市白蓮霧節農業產業文化活動	電視媒體	113.6.17-6.21	民政及人文課	24,000	區公所文化業務-文化工作	鑫傳國際多媒體科技股份有限公司	於新永安第四台頻道播放，每整點播放一次。 A檔6/17、6/18,(中天綜合、年代新聞、民視新聞、三立都會、非凡新聞台) B檔6/19、6/20(GTV第一台、TVBS歡樂台、東森新聞台、三立新聞台、東森財經新聞台) C檔6/21(三立台灣、年代MUCH、GTV戲劇、TVBS新聞、TVBS) 共撥放5天600檔。 收視區域範圍有，永康 新市 善化 安定 新化 山上 左鎮 大內 南化 玉井 楠西 仁德 歸仁 關廟 龍崎 使用效益： 透過媒體電視宣傳，讓全國收看戶得知活動訊息，也讓全國民眾認識並推廣新市區白蓮霧文化產業。

113年第2季辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

機關名稱	宣導主題	媒體類型	宣導期程	執行單位	執行金額	預算科目	受委託廠商名稱	備註
新市區公所	推廣重返白蓮霧舊時光-2024新市白蓮霧節農業產業文化活動	平面媒體	113.6.23	民政及人文課	10,000	區公所文化業務-文化工作	臺灣中華日報社股份有限公司	刊登於中華日報一次，文字報導加相片，刊登面積58行5段。 該報發行量約5萬份，刊登時間為113年6月23日。 使用效益：該報社南部報紙發行量大，配合度高，透過平面報紙大眾生活版面來增加能見度，讓不習慣使用電子報的讀者也能知道活動內容及有效推廣在地產業文化。