

海洋委員會及所屬機關110年第三季(7-9月)辦理政策及業務宣導之執行情形表

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
海洋委員會	第二屆國家海洋日之電視廣告及公車車體整合行銷服務案	電視、戶外、平面及網路等媒體	涵蓋期程：5月10日至6月20日。 播出時間如下： 一、電視廣告： 6月1、2、5、6、7、8及9日，共計播放310檔(1檔15秒，總計4650秒)。 二、公車廣告： 5月10日至6月9日，車體35面，總計31天。 三、平面廣告： 6月8日乙則。 四、網路媒體： 1. Podcast：6月4日，總播放數33,445次。 2. 網路新聞：5月31日、6月3、7及8日，共4式。 3. Facebook貼文： 5月31日1則及6月8日2則，共3則。 4. 網頁影音廣告： (1) Idol Pre-roll：5月29日至6月2日及6月16日至6月20日，共10天，總計曝光135,096次。 (2) 新聞網Pre-roll：6月1日至2日及6月5日至6月9日，共7天，總計曝光280,948次。 (3) 新聞網Top Video：6月1日至2日及6月5日至6月9日，共7天，總計曝光1,001,401次。 5. 電視新聞報導：6月7日9時、12時及17時與6月8日9時、11時及18時，共播放6次。	秘書室	總預算	一般行政	7月份支付第2期餘款1,069,929元(共2期)	三立電視股份有限公司	5月10日至6月20日執行期間，觸達人數超過3,577.8萬人次	一、電視廣告： 年代、東森、三立及TVBS等新聞台、衛視及緯來電影台、緯來體育台。 二、戶外媒體廣告： 基隆、台北、泰樂及國光客運公車車體廣告。 三、平面廣告： 自由時報A9版。 四、網路媒體： Podcast、網路新聞、Facebook貼文及三立網頁影音廣告等。 五、電視新聞報導： 三立新聞台	
國家海洋研究院	各項重要施政宣導，例如洋流與能源、海洋資料觀測浮標及船舶穿戴監控系統等。	網路媒體	110.6.30-110.7.25	海洋產業及工程研究中心	前瞻特別預算	水與環境	11,412	壹肆伍貳創意整合有限公司	增加粉絲貼文互動與觸及非粉絲客群	Facebook	

國家海洋研究院	各項重要施政宣導，例如 海域遊憩活動一站式服務資訊平臺、海洋驛站及海灘調查等。	網路媒體	110.07.24-110.08.25	海洋產業及工程研究中心	前瞻特別預算	水與環境	12186	壹肆伍貳創意整合有限公司	增加粉絲貼文互動與觸及非粉絲客群	Facebook Instagram	
國家海洋研究院	各項重要施政宣導，例如海灘調查、離岸風電職業安全衛生管理、前進北極第一線 臺灣首次海象觀測及2021海洋原民文化源客松競賽等。	網路媒體	110.08.26-110.09.25	海洋產業及工程研究中心	前瞻特別預算	水與環境	14006	壹肆伍貳創意整合有限公司	增加粉絲貼文互動與觸及非粉絲客群	Facebook Instagram	

填表說明：

1. 本表係依預算法第62條之1規範，凡編列預算於平面媒體、廣播媒體、網路媒體(含社群媒體)及電視媒體辦理政策及業務宣導為填表範圍。
2. 本表所稱之財團法人，係指政府捐助基金50%以上成立之財團法人。
3. 宣導期程部分，請依委託製播宣導之涵蓋期程，並針對季內刊登(播出)時間或次數填列，如109.10.1-109.12.31(涵蓋期程)；109.10.1、109.12.1(播出時間)或2次(刊登次數)。
4. 執行單位係指各機關或國營事業之內部業務承辦單位。
5. 預算來源查填總預算、○○特別預算、國營事業、非營業特種基金或財團法人預算。
6. 預算科目部分，總預算、特別預算及政事型特種基金填至業務(工作)計畫；業權型基金填至損益表(收支餘絀表)3級科目(XX成本或XX費用)；財團法人填至收支營運表3級科目(XX支出或XX費用)。
7. 機關如有公益或廠商回饋免費廣告等補充說明，請列入備註欄表達。