

高雄市政府新聞局111年_1_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
新聞局	高雄跨年晚會網路媒體推廣	網路媒體 (含社群媒體)	110.12.25- 110.12.31	新聞服務科	公務預算	新聞服務-綜合 宣傳	169,000	很角色時報有限公司、臺灣人民報有限公司、王道旺台媒體股份有限公司	以網路媒體加強行銷宣傳「2022高雄跨年晚會」及「2022臺灣燈會在高雄」等大型活動意象。	很角色時報、臺灣人民報及周刊王	本案為驗收完畢後一次性支付款;已於111年1月付款
新聞局	「2022台灣燈會在高雄」、「綠園道」及「永不止步」	電視媒體	110.12.11- 110.12.24	新聞服務科	公務預算	新聞服務-綜合 宣傳	7,988,000	東森電視事業股份有限公司、中國電視事業股份有限公司、年代網際事業股份有限公司、三立電視股份有限公司、民間全民電視股份有限公司、中華電視股份有限公司、聯利媒體股份有限公司、臺灣電視事業股份有限公司	運用電視媒體之宣傳效益，提振高雄商業觀光、民生經濟，同時活絡百工百業。	三立、民視、東森、聯利、中視、台視、華視及年代共8家電子媒體。	1. 110年高雄城市形象廣告電視託播案 2. 全案分不同主題、不同期程、不同受眾對象分次宣導。 3. 本案為驗收完畢後一次性支付款;已於111年1月付款
新聞局	春節專刊	平面媒體	111.01.16	新聞服務科	公務預算	新聞服務-綜合 宣傳	0	聯合報股份有限公司	為邀請更多民眾新春造訪高雄，刊登平面廣告，以創造觀光經濟效益	聯合報	本案預計於111年2月付款
新聞局	新春特刊	平面媒體	111.01.18	新聞服務科	公務預算	新聞服務-綜合 宣傳	98,000	中國時報文化事業股份有限公司	透過平面媒體刊登本市新春期間觀光旅遊資訊，以增進觀光經濟效益	中國時報	
新聞局	酒駕防制	廣播媒體	111.1.1-111.1.31	新聞服務科	公務預算	新聞服務-綜合 宣傳	0	快樂廣播事業股份有限公司	透過廣播電台進行全年道安廣播宣導	快樂電臺	全案按月分期驗收，並預計於次月付款

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
新聞局	2022台灣燈會五行暢遊碼	平面媒體	111.1.24- 111.2.21	新聞服務科	公務預算	新聞服務-綜合 宣傳	0	卓越全球傳媒股份有限公司、很角色 時報有限公司、立 麒數位文創有限公 司	運用平面媒體宣傳 「2022台灣燈會五行暢 遊碼」	卓越雜誌、很角色 週刊、鮮週報共3 家平面媒體	本案預計於111年 2月付款
新聞局	高雄畫刊圖文	網路媒體 (含社群媒體)	111.1.1-111.1.31 2022《高雄畫刊》 第1期	綜合出版科	公務預算	行銷出版業務- 行銷出版及編 印書刊	0	墨刻出版股份有限 公司	運用網路無時間、地點 限制的特性，與媒體合 作圖文授權轉載或發送 電子報，讓民眾透過網 路瞭解市政建設、特色 產業、觀光旅遊、藝文 活動等各面向城市發 展。	景點家網站刊登精 選文章	廠商墨刻出版股 份有限公司（加 值回饋）
										1.「聯合線上」、 「中時新聞網」與 「信傳媒」圖文授 權轉載。 2.「聯合新聞網」 電子報寄送給其訂 戶，分享有關高雄 的在地報導。	媒體有報導需求 ，主動與本局接 洽。（加值回饋）
新聞局	為振興高雄後疫情時代經濟，對網路使用者精準行銷，擴大「2022台灣燈會在高雄」活動於網站曝光度。	網路媒體 (含社群媒體)	110.12.27- 111.1.9	綜合出版科	公務預算	新聞服務-綜合 宣傳	99,000	成果行銷有限公司	透過設定網路族群使用者的性別、年齡、居住 地區及興趣等，將 「2022台灣燈會在高雄」活動官方網站精準 行銷受眾，帶入觀光客 人潮將消費留駐在高雄，以振興後疫情時代高 雄經濟。	Google GDN(多媒 體廣告聯播網)	本案執行完畢， 已於111年1月付 款。
新聞局	為振興後疫情時代高雄經濟及招商引資，透過入口網站（含網路社群平台）行銷、建立本市刊物及活動的「城市品牌」，讓民眾透過刊物閱讀了解大高雄產業投資環境，並到高雄參加各項活動。	網路媒體 (含社群媒體)	110.12.07- 111.2.18	綜合出版科	公務預算	行銷出版業 務—行銷出版 及編印書刊、 新聞服務-綜合 宣傳	0	雅虎數位行銷有限 公司	以網站貼文及廣告宣傳 本市《高雄畫刊》刊物 品牌，並結合2022高雄 跨年及「2022台灣燈會 在高雄」等重大活動， 介紹高雄觀光旅遊景點 ，融入「高雄開就賺」 振興消費，藉此強化 「高雄」城市品牌形象 暨有效行銷高雄，鼓勵 民眾到高雄觀光消費， 也認識整體產業投資環 境。	旅遊達人2組（得 體夫婦、寶寶溫旅 行親子生活）、網 紅3組（Elain蛙、 郁雯、瘋吃高雄肉 燥飯）網路文章各 1篇、雅虎網站廣 告（首頁FPR焦點 廣告、社會地方新 聞活動大看版、 DSP互動大看 板）、Facebook貼 文（故事粉專、 Cheap粉專）、 Line Lap	本案執行中，預 計於111年4月付 款。

[illegible]