

桃園市政府新聞處110年第3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 |
|-------|-------------------------------------|------|-------------------|-------|------|-------------|------------|------------|--|-------------|----|
| 總計 | | | | | | | 16,816,125 | | | | |
| 一、新聞處 | | | | | | | 11,263,927 | | | | |
| | (一)「桃園推食材溯源吃夜市也安心」 | 網路媒體 | 110.8.27-110.9.28 | 新聞聯繫科 | 公務預算 | 新聞業務-新聞聯繫 | 68,000 | 台灣好新聞報 | 預估每日瀏覽人次可達3萬人，不儘提升民眾食安意識，也讓消費者更加瞭解食材溯源的實行過程。 | 台灣好新聞報 | |
| | (二)「110年度委託桃園新聞網宣導政令及市府相關新聞活動預告宣傳案」 | 網路媒體 | 110.5.1-110.8.31 | 新聞聯繫科 | 公務預算 | 新聞業務-新聞聯繫 | 70,800 | 新文媒體有限公司 | 「桃園新聞網」係由桃園記者發起之互動性網站，作為機關、民代、民眾與記者間的溝通橋樑，為桃園記者每日瀏覽新聞、相互聯絡及交換訊息的平台，本府於該網站宣導政令及發布新聞稿，可落實與媒體溝通聯繫，擴大宣導政令效果。 | 桃園新聞網記者專區 | |
| | (三)110年桃園市網路社群平台維護營運委託案 | | | | | | 1,587,501 | 睦晨數位創意有限公司 | 透過運用網路社群平台即時提供市民本市之重要政策與活動。 | | |
| | COVID-19防疫、紓困相關宣導 | 網路媒體 | 110.7.1-110.9.30 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 睦晨數位創意有限公司 | 提供市民最新防疫資訊，持續發布疫情相關控制措施與紓困、振興等措施。 | 桃園事Facebook | |
| | 原住民族政策宣導 | | | | | | | | 介紹桃園原住民族六大政策面向，讓市民瞭解如何透過政策落實原住民族轉型正義。 | | |

桃園市政府新聞處110年第3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 |
|------|------------|------|------------------|-------|------|-------------|------|------------|--|-------------|----|
| | 桃園觀光宣傳 | 網路媒體 | 110.7.1-110.9.30 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 睦晨數位創意有限公司 | 提供桃園花季官網及蓮花季資訊，提升市民對桃園花季活動之認識。 | 桃園事Facebook | |
| | 桃園產業與產品宣導 | | | | | | | | 宣傳桃園金牌好店、金牌好禮及庇護工場產品，鼓勵市民支持在地店家。 | | |
| | 勞工補助宣導 | | | | | | | | 提供勞工多種就業津貼、獎勵及弱勢勞工再進修學分補助申請等資訊，以便申請相關補助。 | | |
| | 航空城宣導 | | | | | | | | 提供其他搬遷地區獎勵金及補住資訊，提升該區居民搬遷意願，並宣傳航空城延長協議價購申請時間資訊。 | | |
| | 桃園吉祥物 | | | | | | | | 推廣本市吉祥物丫桃園哥，提升吉祥物知名度。 | | |
| | 藝文場館宣傳 | | | | | | | | 推廣本市藝文場館-桃園區公民會館，串連在地文創能量，提升市民之文化近用權。 | | |
| | 客家文化宣傳 | | | | | | | | 宣傳桃園在地百工百業技藝-文創品牌之光天光雜貨店並介紹客家飲食文化季活動，邀請市民參加，進一步認識客家文化。 | | |

桃園市政府新聞處110年第3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 |
|------|----------------|------|------------------|-------|------|-------------|------|------------|--|-------------|----|
| | 市民卡活動宣導 | 網路媒體 | 110.7.1-110.9.30 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 睦晨數位創意有限公司 | 提供市民卡多項優惠活動資訊，提升市民辦卡意願。 | 桃園事Facebook | |
| | 交通政策宣導 | | | | | | | | 發布桃捷相關優惠、公車恢復班次、中秋連假交通措施及宣導道路安全，並提供交通施工、新設交通資訊、科技執法等資訊，同時提醒市民遵守交通規則。 | | |
| | 節能減碳省電宣導 | | | | | | | | 宣導節電知識，呼籲市民共同落實。 | | |
| | 環境永續與生態維護、建設宣導 | | | | | | | | 宣傳本市之低碳措施、滯洪池生態公園，並介紹環保稽查專案小組，呼籲市民一起維護環境，活化地方水資源及水文化。 | | |
| | 長者照顧政策宣導 | | | | | | | | 介紹本市長照政策，讓市民瞭解桃園提升長者生活品質及延緩失智之措施。 | | |
| | 青年政策宣導 | | | | | | | | 提供青年技能課程、青年創業、青年就業獎勵計劃等資訊，提供市民創業就業之相關資訊。 | | |
| | 體育政策宣傳 | | | | | | | | 宣傳桃園全運會羽球選手與奧運國手交流，並推廣本市體育相關政策及活動。 | | |

桃園市政府新聞處110年第3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 |
|------|------------|------|------------------|-------|------|-------------|------|------------|--|-------------|----|
| | 重大建設 | 網路媒體 | 110.7.1-110.9.30 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 睦晨數位創意有限公司 | 宣傳桃園國家卓越建設獎、北景雲計畫及各項近期開幕場館。 | 桃園事Facebook | |
| | 桃園在地特色宣傳 | | | | | | | | 宣導環境永續、特色景點、在地美食、新住民、下水道建設等多元政策，使市民瞭解本市發展歷程。 | | |
| | 公民影力工作坊宣傳 | | | | | | | | 宣傳桃園城市紀錄影像培力工作坊報名資訊，有助提升市民瞭解在地特色及媒體使用能力。 | | |
| | 文化節慶活動 | | | | | | | | 宣傳桃園眷村文化及太武新村之和平時報特展。 | | |
| | 預防醫學宣導 | | | | | | | | 宣導流感季將近，符合條件之市民可開始接種流感疫苗。 | | |
| | 紅火蟻宣導 | | | | | | | | 宣導紅火蟻特徵及因應對策。 | | |
| | 非洲豬瘟宣導 | | | | | | | | 宣導廚餘處理及網購動植物注意事項，呼籲市民共同防堵非洲豬瘟疫情。 | | |
| | 登革熱宣導 | | | | | | | | 提高市民登革熱防治意識，呼籲市民共同落實。 | | |
| | 預防熱傷害 | | | | | | | | 提高市民預防熱傷害意識，提醒市民朋友高溫下注意自身安全。 | | |

桃園市政府新聞處110年第3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 |
|------|-------------------|------|------------------|-------|------|-------------|------|------------|---|---------------|----|
| | 颱風災防資訊 | 網路媒體 | 110.7.1-110.9.30 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 睦晨數位創意有限公司 | 從豪雨、避難包、砂包發放到土石流警戒撤離，宣導並強化市民颱風災防意識。 | 桃園事Facebook | |
| | COVID-19防疫、紓困相關宣導 | 網路媒體 | 110.7.1-110.9.30 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 睦晨數位創意有限公司 | 提供市民最新防疫資訊，持續發布疫情相關控制措施與紓困、振興等措施。 | 桃園市政府LINE官方帳號 | |
| | 體育政策宣傳 | | | | | | | | 推廣本市體育相關政策及活動。 | | |
| | 颱風災防資訊 | | | | | | | | 從豪雨、避難包、砂包發放到土石流警戒撤離，宣導並強化市民颱風災防意識。 | | |
| | 交通政策宣導 | | | | | | | | 發布桃捷相關優惠、免費停車、道安宣導圖卡及標語、捷運施工改道等訊息，加強資訊透明度並打造美好交通。 | | |
| | 本市各項補助宣導 | | | | | | | | 宣傳住宅補貼、觀光工廠重新開幕優惠、航空城補償、受僱勞工生活補貼、客家藝文紓困計畫等資訊。 | | |
| | 登革熱宣導 | | | | | | | | 提高市民登革熱防治意識，呼籲市民共同落實。 | | |

桃園市政府新聞處110年第3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 |
|------|-------------------|------|------------------|-------|------|-------------|------|------------|--|---------------|----|
| | 藝文宣傳 | 網路媒體 | 110.7.1-110.9.30 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 睦晨數位創意有限公司 | 推廣本市藝文場館-桃園區公民會館，及桃園美展徵件、橫山書藝獎、龜山眷村故事館、中平路故事館、中壢光影9月影展等活動。 | 桃園市政府LINE官方帳號 | |
| | 桃園在地特色宣傳 | | | | | | | | 宣導環境永續、特色景點、在地美食、新住民、下水道建設等多元政策，使市民瞭解本市發展歷程。 | | |
| | 青年政策宣導 | | | | | | | | 介紹青年創業及啟動金貸款與青年就業獎勵計畫，提供市民創業就業資訊並宣傳本市青年微型創業活動。 | | |
| | 非洲豬瘟宣導 | | | | | | | | 宣導廚餘處理及網購動植物注意事項，呼籲市民共同防堵非洲豬瘟疫情。 | | |
| | 防災宣導 | | | | | | | | 發送豪雨特報、土石流警戒撤離等訊息，宣導並強化市民颱風防災意識。 | | |
| | 預防熱傷害 | | | | | | | | 提高市民預防熱傷害意識，提醒市民朋友高溫下注意自身安全。 | | |
| | COVID-19防疫、紓困相關宣導 | | | | | | | | 網路媒體 | | |

桃園市政府新聞處110年第3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 |
|-------------------|-------------------------------------|------------------|------------------|-------|-------------|-------------|------------|--|---------------------------|-------------------------|----|
| | 藝文宣傳 | 網路媒體 | 110.7.1-110.9.30 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 睦晨數位創意有限公司 | 推廣本市藝文場館-桃園區公民會館及吉祥物行銷活動。 | Y桃園哥Tao&Yuango Facebook | |
| | 提高市民預防熱傷害意識，提醒市民朋友高溫下注意自身安全。 | | | | | | | | | | |
| | 提高市民預防火災意識。 | | | | | | | | | | |
| | 宣導110年育兒津貼補助新制。 | | | | | | | | | | |
| | 從豪雨、避難包、砂包發放到土石流警戒撤離，宣導並強化市民颱風災防意識。 | | | | | | | | | | |
| COVID-19防疫、紓困相關宣導 | 網路媒體 | 110.7.1-110.9.30 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 睦晨數位創意有限公司 | 提供市民最新防疫資訊，持續發布疫情相關控制措施與紓困、振興等措施。 | 桃園市政府Instagram官方帳號 | | |
| 桃園吉祥物 | | | | | | | | 推廣本市吉祥物Y桃園哥，提升市民之認識與互動。 | | | |
| 桃園在地特色宣傳 | | | | | | | | 宣導環境永續、特色景點、在地美食、新住民、下水道建設等多元政策，使市民瞭解本市發展歷程。 | | | |

桃園市政府新聞處110年第3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 |
|------|----------------|------|----------------------|-------|------|-------------|------|------------|--------------------------------------|--------------------|----|
| | 自主學習資源 | 網路媒體 | 110.7.1- 110.9.30 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 睦晨數位創意有限公司 | 宣傳學習不僅止於教室，桃園有智慧教室、環教場域、終身學習等多元學習管道。 | 桃園市政府Instagram官方帳號 | |
| | 桃園觀光與環境 | | | | | | | | 介紹本市在地美食及特色景點並宣導本市山海觀光資源與環境教育。 | | |
| | 文化節慶活動 | 網路媒體 | 110.7.1- 110.9.30 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 睦晨數位創意有限公司 | 介紹本市文化節慶，行銷城市慶典品牌。 | 桃園誌Facebook | |
| | 桃園觀光宣傳 | | | | | | | | 介紹本市在地美食及特色景點，推廣桃園觀光。 | | |
| | 原住民文化 | | | | | | | | 介紹泰雅族文化傳承，促使市民認識並尊重多元文化。 | | |
| | 桃園吉祥物 | | | | | | | | 推廣本市吉祥物Y桃園哥，提升市民之認識與互動。 | | |
| | 藝文場館 | | | | | | | | 推廣本市藝文場館—桃園忠烈祠暨神社文化園區，提升市民之文化近用權。 | | |
| | 運動場館 | | | | | | | | 宣傳本市運動中心，倡導市民養成健康體能。 | | |

桃園市政府新聞處110年第3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 | |
|------|----------------------|-------|------------------|-------|------|-------------|------|------------|--------------------------------------|-----------------------------------|----|--|
| | 自主學習資源 | 網路媒體 | 110.7.1-110.9.30 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 睦晨數位創意有限公司 | 宣傳學習不僅止於教室，桃園有智慧教室、環教場域、終身學習等多元學習管道。 | 桃園誌Facebook | | |
| | 城市進展 | | | | | | | | 宣導交通運輸、社會福利、教育文化、休閒育樂等政策，探討桃園城市生活議題。 | | | |
| | 姊妹市-馬祖文化及觀光 | 網路媒體 | 110.7.1-110.9.30 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 睦晨數位創意有限公司 | 介紹馬祖的自然生態、文化、美食與景點，推廣馬祖觀光。 | 馬祖YAHOO Facebook | | |
| | (四)109年桃園市刊委託服務案後續擴充 | | | | | | | 705,455 | 黑潮文化股份有限公司 | 透過多元豐富的主題企劃，讓各界認識桃園、喜愛桃園，看見桃園的不同。 | | |
| | COVID-19防疫、紓困相關宣導 | 文宣印刷品 | 110.6.29 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 黑潮文化股份有限公司 | 透過宣傳為桃園默默奉獻心力的防疫英雄，凝聚市民的心，繼續共同對抗疫情。 | 《桃園誌》2021七月號 | | |
| | 城市進展 | | | | | | | | 宣導交通運輸、社會福利、教育文化、休閒育樂等政策，探討桃園城市生活議題。 | | | |
| | 桃園吉祥物 | | | | | | | | 推廣本市吉祥物丫桃園哥，提升市民之認識與互動。 | | | |

桃園市政府新聞處110年第3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 |
|----------------------|-------------|----------|-------------------------------------|-------|------|-------------|-----------|--------------------------------------|--|--------------|----|
| | 桃園在地特色美食與職人 | 文宣印刷品 | 110.6.29 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 黑潮文化股份有限公司 | 透過介紹本市在地美食、文化、景點及職人產業，讓市民看見不一樣的桃園特色。 | 《桃園誌》2021七月號 | |
| (五)110-111年桃園市刊委託服務案 | | | | | | | 1,249,000 | 精鏡傳媒股份有限公司 | 透過市刊的加值服務，讓各界更加認識桃園、瞭解桃園的作為及故事。 | | |
| | 智慧城市 | 文宣印刷品 | 110.7.30 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 精鏡傳媒股份有限公司 | 透過宣傳政府推動之E化智慧服務，讓民眾更能瞭解各項優化的行政服務及便民政策。 | 《桃園誌》2021八月號 | |
| | 城市教育 | | | | | | | | 宣導各種不同情景的教育文化特色及政策，探討桃園城市教育議題。 | | |
| | 文化節慶活動 | | | | | | | | 介紹本市文化節慶，行銷城市慶典品牌。 | | |
| | 桃園在地特色美食與職人 | | | | | | | | 透過介紹本市在地美食、文化、景點及職人產業，讓市民看見不一樣的桃園特色。 | | |
| | 文化節慶活動 | | 介紹本市文化節慶及傳統，行銷城市慶典品牌，讓市民瞭解桃園在地風俗民情。 | | | | | | | | |
| | 桃園在地特色美食與職人 | 110.8.31 | | | | | | 透過介紹本市在地美食、文化、景點及職人產業，讓市民看見不一樣的桃園特色。 | 《桃園誌》2021九月號 | | |

桃園市政府新聞處110年第3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 |
|------|-------------------|-------|----------|-------|------|-------------|------|------------|--|--------------|------|
| | COVID-19防疫、紓困相關宣導 | 文宣印刷品 | 110.8.31 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 精鏡傳媒股份有限公司 | 透過宣傳本市與中央共同執行的疫苗政策，讓民眾在面對疫情能更安心、更有信心，並與政府共同抗疫。 | 《桃園誌》2021九月號 | 廠商回饋 |
| | 桃園抗旱節水措施宣導 | 網路媒體 | 110.7.14 | | | | | | 透過宣傳為桃園默默奉獻心力的防疫英雄，凝聚市民的心，繼續共同對抗疫情。 | 鏡傳媒官方網站 | |
| | 原民政策宣導 | | 110.8.23 | | | | | | 透過宣導節水及水資源管理措施，提升市民抗旱意識，活化地方水資源及水文化。 | | |
| | 藝文場館 | | 110.8.31 | | | | | | 回顧本市為原住民族所推行的政策，讓市民瞭解本市為原民所執行的各種落實轉型正義之新政。 | | |
| | 公民影力工作坊宣傳 | | 110.9.18 | | | | | | 推廣本市藝文場館-桃園區公民會館及駐館藝文展覽，串聯在地文創能量，提升市民之文化近用權。 | | |
| | | | | | | | | | | | |

桃園市政府新聞處110年第3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 |
|------|-----------------------------|------|-------------------|-------|------|------------------------|---------|---------------------------------|--|----------------------|-------------|
| | (六)110年桃園市政府委託刊登市政行銷報紙廣告採購案 | | | | | | 232,462 | 聯合報股份有限公司、自由文化事業股份有限公司、漢川廣告有限公司 | 透過報紙宣傳本市各項建設、活動資訊，提升政策能見度。 | | |
| | 交通政策宣導 | 平面媒體 | 110.8.20、110.8.21 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 聯合報股份有限公司、自由文化事業股份有限公司、漢川廣告有限公司 | 針對市民宣導道路安全，提醒市民遵守交通規則。 | 聯合報、自由時報、中國時報、中時平面消息 | 廠商加值：中時平面消息 |
| | 公民影力工作坊宣傳 | | 110.9.18 | | | | | 聯合報股份有限公司 | 宣傳桃園城市紀錄影像培力工作坊報名資訊，有助提升市民瞭解在地特色及媒體使用能力。 | 聯合報 | 廠商加值 |
| | | 網路媒體 | | | | | | 自由文化事業股份有限公司 | | 自由時報官方網站 | 廠商加值 |
| | 藝文場館宣傳 | 平面媒體 | 110.8.28、110.8.29 | | | | | 聯合報股份有限公司、自由文化事業股份有限公司、漢川廣告有限公司 | 推廣本市藝文場館-桃園區公民會館，提升市民之近用權。 | 聯合報、自由時報、中國時報 | |
| | | 網路媒體 | 110.8.28、110.8.29 | | | 聯合報股份有限公司、自由文化事業股份有限公司 | | UDN電子報、自由電子報 | 廠商加值 | | |

桃園市政府新聞處110年第3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 |
|------|---------------------|------|------------------------------------|-------|------|-------------|---------|----------------------------------|--|----------------------------|-----------|
| | 原住民族政策宣導 | 網路媒體 | 110.8.19、110.8.21 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 聯合報股份有限公司、自由文化事業股份有限公司 | 介紹桃園原住民族六大政策面向，讓市民瞭解如何透過政策落實原住民族轉型正義。 | 聯合地方新訊、自由電子報 | 廠商增值 |
| | (七)110年桃園市廣播媒體宣傳委託案 | | | | | | 437,680 | 亞洲廣播股份有限公司、中國廣播股份有限公司、竹科廣播股份有限公司 | 透過廣播媒體加強本市重大活動及政策之曝光度，提升市民對本市政策之認同感。 | | |
| | COVID-19防疫、紓困相關宣導 | 廣播媒體 | 110.7.14-110.7.19、110.7.28-110.8.2 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 亞洲廣播股份有限公司、中國廣播股份有限公司、竹科廣播股份有限公司 | 宣傳疫苗意願登記及預約資訊。 | 亞洲電台、中廣新聞網、IC之音 | |
| | 藝文宣傳 | | 110.7.20-110.8.12、110.9.1-110.9.23 | | | | | | 推廣本市藝文場館-桃園區公民會館及駐館藝文展覽，與線上影展活動。 | 亞洲電台、飛揚調頻、中廣流行網、中廣新聞網、IC之音 | 廠商回饋：飛揚調頻 |
| | | 網路媒體 | | | | | | | 亞洲電台臉書粉絲專頁、官方網站、手機APP、中廣官方網站、IC之音Facebook及LINE帳號 | 廠商回饋 | |
| | 交通政策宣導 | 廣播媒體 | 110.8.20-110.9.18 | | | | | | 宣導路口安全及安全駕駛。 | 亞洲電台、飛揚調頻、中廣新聞網、IC之音 | 廠商回饋：飛揚調頻 |
| | 桃園吉祥物 | 廣播媒體 | 110.8.25-110.9.22 | | | | | | 推廣本市吉祥物Y桃園哥，提升市民之認識與互動。 | 亞洲電台、飛揚調頻、中廣流行網、中廣新聞網、IC之音 | 廠商回饋：飛揚調頻 |

桃園市政府新聞處110年第3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 |
|------|--------------------|------|-------------------|-------|------|-------------|---------|----------------------------------|--|--|-----------|
| | 桃園吉祥物 | 網路媒體 | 110.8.25-110.9.22 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 亞洲廣播股份有限公司、中國廣播股份有限公司、竹科廣播股份有限公司 | 推廣本市吉祥物Y桃園哥，提升市民之認識與互動。 | 亞洲電台臉書粉絲專頁、官方網站、手機APP、中廣官方網站、IC之音Facebook及LINE帳號 | 廠商回饋 |
| | 文化節慶活動 | 廣播媒體 | 110.9.30 | | | | | | 介紹本市文化節慶及傳統，行銷城市慶典品牌。 | 亞洲電台、飛揚調頻、中廣新聞網、IC之音 | 廠商回饋：飛揚調頻 |
| | | 網路媒體 | | | | | | | 介紹本市文化節慶及傳統，行銷城市慶典品牌。 | 亞洲電台臉書粉絲專頁、官方網站、手機APP、中廣官方網站、IC之音Facebook及LINE帳號 | 廠商回饋 |
| | (八)桃園轉大人之市政數位宣傳企劃案 | | | | | | 532,000 | 國風傳媒有限公司 | 透過宣傳本市各項重大市政建設成果，加深市民對桃園的印象。 | | |
| | 體育政策宣傳 | 網路媒體 | 110.7.18-110.7.19 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 國風傳媒有限公司 | 推廣本市體育相關政策及活動。 | 風傳媒官方網站 | |
| | 城市進展 | | 110.8.13 | | | | | | 透過介紹桃園經濟政策與發展，宣傳本市推動各種智慧服務、桃園產業潛力、產業防疫部署，讓市民更加瞭解桃園未來的發展。 | | |
| | COVID-19防疫、紓困相關宣導 | | 110.8.17 | | | | | | 介紹桃園對於台灣移工群聚感染事件之作為，讓市民瞭解本市抗疫措施及背後群體的努力。 | | |

桃園市政府新聞處110年第3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 |
|------------------------|------------|------|-------------------|-------|------|-------------|---------|-------------------------|---|------------------------------------|------|
| | 線上服務 | 網路媒體 | 110.8.19-110.8.20 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 國風傳媒有限公司 | 介紹桃園暑期線上課程，讓市民在防疫期間也能在家透過網路學習更多的知識。 | 風傳媒官方網站 | |
| (九)2021六都電競媒體廣宣合作案 | | | | | | | 980,000 | 世代傳媒股份有限公司 | 透過活動，針對年輕族群推廣本市政策，擴大曝光度。 | | |
| | 桃園抗旱節水措施宣導 | 網路媒體 | 110.7.13 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 世代傳媒股份有限公司 | 透過宣導節水及水資源管理措施，提升市民抗旱意識，活化地方水資源及水文化。 | 上報官方網站 | 廠商回饋 |
| | 青年政策宣導 | | 110.7.1-110.9.5 | | | | | | 提供青年權益相關知識，以便獲得職訓相關協助。 | 六都電競爭霸戰賽事官網、上報Twitch平台、上報YouTube平台 | |
| | 桃園觀光及城市進展 | | | | | | | | 推廣本市觀光、城市進展及特色。 | 上報Twitch平台 | |
| | 桃園在地特色美食 | | | | | | | | 行銷本市特色美食。 | | |
| (十)110年度桃園市委託雜誌刊登市政文宣案 | | | | | | | 346,500 | 天下雜誌股份有限公司、遠見天下雜誌股份有限公司 | 透過平面雜誌媒體加強本市市政建設行銷之深度與廣度，提升政策能見度。 | | |
| | 體育政策宣傳 | 平面媒體 | 110.7.28 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 天下雜誌股份有限公司 | 介紹本市升格後各項體育政策並為參加東京奧運的本市選手加油，推廣全民體育風氣，用運動串起整座城市的能量。 | 天下雜誌 | |
| | | 網路媒體 | | | | | | | 天下雜誌官網、Facebook | | |

桃園市政府新聞處110年第3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 |
|-----------------------|------------|------|-------------------|-------|------|-------------|---------|------------------------------------|---|---------|----|
| | 航空城宣導 | 平面媒體 | 110.9.1 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 遠見天下雜誌股份有限公司 | 介紹桃園航空城計畫「韌性防災」、「永續循環」、「創造文化地景」、「智慧城市」等四大堅持，兼顧居住、醫療、教育、休閒等完善機能。 | 遠見天下雜誌 | |
| (十一)110年桃園市政府新媒體行銷採購案 | | | | | | | 559,000 | 關鍵評論網股份有限公司、東森新媒體股份有限公司、巨思文化股份有限公司 | 透過網路媒體，行銷本市政策、產業、活動、觀光等。 | | |
| | 體育政策宣傳 | 網路媒體 | 110.7.26 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 關鍵評論網股份有限公司 | 介紹本市升格後各項體育政策並為參加東京奧運的本市選手加油，推廣全民體育風氣，用運動串起整座城市的能量。 | 運動視界 | |
| | 桃園觀光宣傳 | | 110.8.27 | | | | | 巨思文化股份有限公司 | | 數位時代 | |
| | 桃園吉祥物 | | 110.9.10 | | | | | 關鍵評論網股份有限公司 | 介紹桃園老城區景點及藝文便利店。 | eld. | |
| | 桃園在地特色宣傳 | | 110.9.29-110.9.30 | | | | | 東森新媒體控股股份有限公司 | 宣導環境永續、特色景點、在地美食、新住民、下水道建設等多元政策，使市民瞭解本市發展歷程。 | 雙北捷運車廂 | |

桃園市政府新聞處110年第3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 | |
|------|-------------------------|------|-------------------|-------|------|-------------|--------------|---------------------------------|---|---|------|--|
| | (十二)110年桃園城市意象有線電子媒體宣傳案 | | | | | | | | 民視文化事業股份有限公司、八大電視股份有限公司、年代電視事業股份有限公司、中華電視股份有限公司 | 運用電子媒體宣傳本市重大活動及政策，使市民瞭解本市各項建設、活動資訊及成果。 | | |
| | 體育政策宣傳 | 網路媒體 | 110.7.30 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 八大電視股份有限公司 | 介紹本市升格後各項體育政策並為參加東京奧運的本市選手加油，推廣全民體育風氣，用運動串起整座城市的能量。 | 美日先驅日報、美國水牛城日報、美國weekly central新聞網等400個國外媒體網站 | 廠商回饋 | |
| | COVID-19防疫、紓困相關宣導 | | 110.7.21 | | | | 民視文化事業股份有限公司 | 宣導本市之疫苗施打措施，消除民眾疑慮，並提升民眾疫苗施打意願。 | 民視新聞Facebook | | | |
| | 桃園吉祥物 | | 110.7.24-110.7.31 | | | | 年代電視事業股份有限公司 | | 壹電視官網 | | | |
| | 桃園觀光宣傳 | | 110.8.27 | | | | 東森電視事業股份有限公司 | 推廣本市吉祥物Y桃園哥及公民會館，提升Y桃園哥知名度。 | 東森新聞Facebook | | | |
| | 桃園觀光宣傳 | | 110.8.16、110.8.23 | | | | 民視文化事業股份有限公司 | 宣傳桃園北橫之美，推廣後疫情時代的秘境旅遊。 | 鬧著玩YouTube平台 | | | |

桃園市政府新聞處110年第3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 |
|--------|-------------------------|----------------------|--------------------------------|-------|-------------|-------------|----------------|---|--|-------------------------------------|------------|
| | 公民影力工作坊宣傳 | 網路媒體 | 11. 9. 25-110. 10. 4 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | 837,000 | 八大電視股份有限公司 | 宣傳桃園城市紀錄影像培力工作坊報名資訊，有助提升市民瞭解在地特色及媒體使用能力。 | 八大電視官網 | 廠商回饋 |
| | 藝文場館宣傳 | | 110. 9. 1、11. 9. 25-110. 10. 4 | | | | | 八大電視股份有限公司 | 推廣本市藝文場館桃園區公民會館第二期展覽，並提升市民之近用權。 | | |
| | 桃園美食及金牌好店活動宣傳 | 電視媒體 | 110. 9. 18 | | | | | 年代網際事業股份有限公司 | 推廣本市藝文場館桃園區公民會館第二期展覽，並提升市民之近用權。 | 年代MUCH台、星奇網食YouTube、星奇網食Facebook | |
| | | | 110. 9. 16 | | | | | 三立電視股份有限公司 | 配合金牌好店下半年活動，宣傳桃園特色美食，同時提升民眾消費意願。 | 三立台灣台 | |
| | (十三)2021後疫情時代桃園新生機媒體宣傳案 | | | | | | | | 中國時報文化事業股份有限公司 | 透過宣傳本市重大活動及政策，以提升本市之關注度，並帶動觀光和就業商機。 | |
| 青年政策宣導 | 網路媒體 | 110. 7. 9 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | 837,000 | 中國時報文化事業股份有限公司 | 提供青年技能課程相關報名資訊，以便充實自身技能。 | 翻爆官網、翻爆App、中國時報創藝報馬仔 | | |
| 藝文場館宣傳 | | 110. 7. 24-110. 9. 5 | | | | | | 宣導本市藝文場館-桃園光影文化館線上影展活動，提升線上活動與線上資源參與及使用率。 | | | |
| | | 110. 7. 31 | | | | | | 推廣本市藝文場館-桃園區公民會館，串連在地文創能量，提升市民之文化近用權。 | | | 廠商回饋：翻爆App |

桃園市政府新聞處110年第3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 | |
|------|----------------------|------|-------------------|-------|---|------------------|------|----------------|-------------------------------|---|------|---|
| | 桃園吉祥物 | 網路媒體 | 110.8.25-110.8.31 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 中國時報文化事業股份有限公司 | 推廣本市吉祥物Y桃園哥，提升市民之認識與互動。 | 中國時報、中時新聞網、中國時報創藝報馬仔、翻爆官網、翻爆App | | |
| | 航空城宣導 | | 110.9.25 | | | | | | 宣傳本市航空城計畫生活願景。 | 翻報官網 | 廠商回饋 | |
| | 客家文化宣傳 | 平面媒體 | 110.9.11 | | | | | | 宣傳客家文化飲食節活動。 | 中國時報 | | |
| | (十四)桃園市110年院頒宣導計畫委辦案 | | | | | | | 1,470,000 | 南桃園有線電視股份有限公司 | 透過製作道安圖卡及動畫，配合多元的媒體管道進行宣傳，深入不同的用路族群，提升本市市民道路安全意識。 | | 交通部補助： 1,200,000 自籌經費： 270,000 |
| | 交通政策宣導 | 戶外媒體 | 110.8.9-110.9.8 | 綜合行銷科 | 交通部(第13期院頒道路交通秩序與交通安全改進方案-110年度「運用各種媒體宣導交通安全觀念及政策細部計畫(桃市62102)」 | 代辦經費、新聞業務-綜合行銷工作 | | 南桃園有線電視股份有限公司 | 透過戶外媒體露出道安圖卡廣告及動畫，提升市民道安安全意識。 | 公車車體、計程車車體、後保桿及數位影音廣告、電視牆、台鐵車廂 | | |
| | | 廣播媒體 | 110.8.9-110.8.20 | | | | | | 宣導行車安全。 | 寰宇廣播電台 | 廠商回饋 | |
| | | 網路媒體 | 110.8.9-110.8.27 | | | | | | 運用網路媒體宣導道路安全，提升市民道安安全意識。 | 翻眼吧!溫蒂妮小姐 Facebook、南桃園官方 YouTube及官網、本市各區LINE社群 | | |
| | | 電視媒體 | 110.8.9-110.8.28 | | | | | | 運用電視媒體露出道安動畫、跑馬等，宣導道路安全。 | 北健有線電視、北桃園有線電視、南桃園有線電視 | 廠商回饋 | |

桃園市政府新聞處110年第3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 |
|------------------------------------|------------------------|------|--------------------------------------|-------|------|-------------|---------|---------------|---|--------------|------|
| | (十五)疫苗接種站拍照框設計輸出採購案 | | | | | | 11,000 | 林惠美、林口瑞意廣告工作室 | 於疫苗接種站設置拍照框，吸引市民打卡拍照，提高疫苗接種曝光度並放鬆接種緊張情緒。亦結合桃園市吉祥物、市民卡、機捷，宣傳桃園意象並鼓勵民眾踴躍接種。 | | |
| | COVID-19防疫、紓困相關宣導 | 網路媒體 | 110.8.6-110.8.31 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 林惠美、林口瑞意廣告工作室 | 宣傳疫苗接種，提高疫苗接種曝光度並鼓勵民眾踴躍接種。 | 桃園巨蛋體育館疫苗接種站 | |
| | (十六)110年桃園市網路通訊平台宣傳採購案 | | | | | | 796,666 | 台灣連線股份有限公司 | 運用通訊平台主動式宣傳，提升桃園觀光景點能見度，吸引全國民眾前來桃園旅遊，帶動觀光產業復甦。 | | |
| | 桃園觀光宣傳 | 網路媒體 | 110.8.24、110.8.26 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 台灣連線股份有限公司 | 透過宣傳下半年桃園花季介紹，吸引民眾前來桃園旅遊。 | LINE旅遊 | 廠商回饋 |
| 110.8.31 | | | 介紹桃園老城區景點及藝文便利店。 | | | | | | | | |
| 110.9.8、110.9.10、110.9.15、110.9.16 | | | 透過桃園都會路線影音推播及金頭腦小遊戲，宣傳桃園市區、北橫沿線觀光旅遊。 | | | | | | | | |

桃園市政府新聞處110年第3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 |
|------|-------------------------|------|--|-------|------|-------------|-----------|--------------------------------------|--|------------------------|------------|
| | (十七)110年桃園市政行銷無線電子媒體宣傳案 | | | | | | 1,230,863 | 中華電視股份有限公司、臺灣電視事業股份有限公司、中國電視事業股份有限公司 | 運用電子媒體宣傳本市重大活動及政策，使市民瞭解本市各項建設、活動資訊及成果。 | | |
| | 藝文場館宣傳 | 網路媒體 | 110.9.1 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 中華電視股份有限公司 | 推廣本市藝文場館桃園區公民會館第二期展覽，並提升市民之近用權。 | 華視電子報 | 廠商回饋 |
| | 桃園在地特色宣傳 | 戶外媒體 | 110.9.27-110.10.11 | | | | | 中國電視事業股份有限公司 | 透過本市在地特色影片，宣傳桃園移居、多元融合及各項美好日常。 | 京站LCD廣告牆 | 廠商回饋 |
| | | 電視媒體 | 110.9.22-110.9.28 | | | | | 中華電視股份有限公司、臺灣電視事業股份有限公司、中國電視事業股份有限公司 | 透過本市在地特色影片，宣傳桃園移居、多元融合及各項美好日常。 | 華視主頻、台視新聞台、中視綜合台、中視新聞台 | 廠商回饋：中視新聞台 |
| | (十八)遠見35周年慶系列宣傳案 | | | | | | 150,000 | 遠見天下文化出版股份有限公司 | 藉由桃園產業結合振興方案宣傳，讓大眾認識桃園的產業特色及最新振興活動。 | | |
| | 桃園產業活動宣傳 | 網路媒體 | 110.9.13、110.9.14、110.9.16、110.9.17、110.9.22、110.9.24、110.9.27 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 遠見天下文化出版股份有限公司 | 透過遠見行動版官網宣傳桃園金牌好店活動，增加曝光管道，吸引民眾前來桃園消費。 | 遠見行動版官網Underlay廣告 | |

桃園市政府新聞處110年第3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 |
|-------------------|------------|------|-------------------|-------|------|-------------|-----------|---|--|---|--------------------|
| 二、桃園市有線廣播電視事業發展基金 | | | | | | | 5,552,198 | | | | |
| | 桃園在地特色影片宣傳 | 電視媒體 | 110.9.22-110.9.28 | 綜合行銷科 | 公務預算 | 新聞業務-綜合行銷工作 | | 民視文化事業股份有限公司、聯利媒體股份有限公司、三立電視股份有限公司、八大電視股份有限公司、年代網際事業股份有限公司、東森電視事業股份有限公司 | 宣導環境永續、特色景點、在地美食、新住民、下水道建設等多元政策，使市民瞭解本市發展歷程。 | 民視新聞台、民視第一台、TVBS新聞台、TVBS、TVBS歡樂台、TVBS精采台、三立新聞台、三立都會台、八大第一台、八大娛樂台、年代新聞台、壹電視新聞台、年代MUCH台、東森新聞台、東森財經新聞台、東森戲劇台、東森超視台 | 廠商回饋：TVBS精采台、八大娛樂台 |