

桃園市政府111年6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
觀光旅遊局	2022石門水庫熱氣球嘉年華	平面媒體	111.06.18	秘書室	公務預算	觀光旅遊工作	98,000	聯合報股份有限公司	吸引全國民眾前來參加熱氣球活動，並帶動周邊活魚業者來客數及業績成長，提升活魚美食產值	聯合報夏季旅遊專刊	
觀光旅遊局	2022石門水庫熱氣球嘉年華	廣播媒體	111.06.16-1111.06.25(共播出110檔、2次節目口播)	秘書室	公務預算	觀光旅遊工作	98,000	亞洲廣播電台 飛揚廣播電台	吸引全國民眾前來參加熱氣球活動，並帶動周邊活魚業者來客數及業績成長，提升活魚美食產值	亞洲廣播電台 飛揚廣播電台	
觀光旅遊局	2022桃園燈會	廣播媒體、 網路媒體	111年1-2月	旅遊行銷科	公務預算	觀光旅遊工作	750,000	果然國際顧問有限公司	1.廣播電台託播廣告600檔。 2.網路廣告總曝光數100萬次	1.POP Radio電台、環宇廣播電台、飛揚廣播電台、IC之音、亞洲廣播電台。 2.網路廣告(FB、IG、YAHOO及GOOGLE關鍵字廣告)。	
觀光旅遊局	2022桃園國際風箏節(春季)	平面媒體、 網路媒體、 電視媒體	111年2-4月	旅遊行銷科	公務預算	觀光旅遊工作	60,000	現代視覺管理顧問股份有限公司	1.預期媒體(平面、電視、網路)報導超過28則、 2.網路廣告保證點擊率1000次以上	YAHOO關鍵字廣告+連播廣告(Banner)	
觀光旅遊局	2022桃園龍岡米干節	網路媒體	111年3-4月	旅遊行銷科	公務預算	觀光旅遊工作	0	根深企業有限公司	增加2022龍岡米干節網路曝光	1.LINE LAP廣告 2.FaceBook/Instagram廣告 3.Podcast節目口播廣告	預計7月核銷
觀光旅遊局	109年桃園觀光旅遊電子媒體宣傳後續擴充案	電視媒體	110年至111年6月	旅遊行銷科	公務預算	觀光旅遊工作	0	聯利媒體股份有限公司、 年代網際事業股份有限公司、 民視文化事業股份有限公司	增加全國性電視媒體曝光	1.聯利媒體股份有限公司、 2.年代網際事業股份有限公司、 3.民視文化事業股份有限公司	預計5月、7月核銷
觀光旅遊局	2022石門水庫熱氣球嘉年華	網路媒體	111年6月	旅遊行銷科	公務預算	觀光旅遊工作	0	赤天空股份有限公司	增加網路媒體曝光	1.LINE LAP廣告 2.FaceBook/Instagram廣告	預計8月核銷
風景區管理處											無

承辦人:

會計室:

機關首長:

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. 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)。
3. 執行單位係指各機關之內部業務承辦單位(科/室)。
4. 預算來源查填公務預算或基金預算。
5. 預算科目部分，公務預算:查填至業務(工作)計畫;基金預算: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)。
6. 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。