

金融監督管理委員會  
媒體政策及業務宣導執行情形表  
中華民國112年2月份

單位：元

| 機關名稱         | 宣導項目、標題及內容                                  | 標案/契約名稱                             | 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  |
|--------------|---|-------------------------------------|----------------------|---|----------|--------|-------|-----------|--------------|---|--|---|
| 中央存款保險公司     | YT頻道投放本公司宣導短片向民眾宣導存款保險最高保額新臺幣300萬元等存款保險相關訊息 | YouTube刊登宣導廣告                       | 網路媒體                 | 1/16-2/5  | 業務處      | 國營事業   | 業務費用  | 95,000    | 逗點網路有限公司     | 提高民眾對存款保險的認知  | YouTube頻道  |   |
| 金融監督管理基金-銀行局 | 防制詐騙-境外網站提供跨境金融服務篇                          | 電視公益託播-111年委託辦理「消費金融保護教育宣導微电影暨平面廣告」 | 電視媒體                 | 112/2/1-112/2/28  | 信用合作社組   | 無      | 無     | 無         | 無            | 透過宣導推廣方式，強化金融知識宣導，以有效減少金融消費爭議，落實保護金融消費者權益。  | 民視、台視、中視、華視、客家及原視  | 本項宣導項目係公益託播，屬免費性質，爰本局未動支預算辦理，另託播事宜均由本會新聞聯繫組洽詢行政院新聞傳播處聯繫各託播電視台，未另委託廠商辦理。 |
| 保險業務發展基金     | 高齡化保險商品(長期照顧保險)及保障型保險商品平台                   | 111年度保險主題教育宣導計畫                     | 網路媒體<br>電視媒體<br>平面媒體 | 7-11:112/2/22-112/2/28<br>台灣大車隊車內影音廣告:112/2/15-112/2/28<br>網路廣告託播:112/2/15-112/2/28<br>公益配合廣告託播:112/2/21-112/2/22 | 保險業務發展基金 | 信託基金預算 | 專案支出  | 1,450,000 | 民視文化事業股份有限公司 | 主要讓民眾正確認識高齡化及保障型商品保險之本質，瞭解可藉由該商品的規劃，達到分散風險之效果，避免突發事故發生對家庭經濟生活安定性之衝擊；另如有購買保障型保險商品之需求，可直接透過保障型保險商品平台購買。   | 7-11便利商店電子看板、台灣大車隊車內影音廣告、網路廣告託播(Youtube、Facebook、Instagram)、電視                                       | 電視:公益配合廣告託播(2/21-2/22)  |
| 財團法人金融消費評議中心 | 金融素養培力及投資理財防詐宣導                             | 「金融素養培力及投資理財防詐宣導」委託專業服務勞務採購案        | 網路媒體<br>平面媒體         | 111/12/8-112/1/9  | 教育宣導處    | 財團法人預算 | 業務推廣費 | 1,072,700 | 雷荻網絡有限公司     | 本案透過舉辦社群活動及多元媒體管道宣導金融消費責任及投資理財防詐，使民眾瞭解購買金融商品或接受金融業者服務時，也有身為金融消費者應該負擔的責任；另外亦應強化投資理財及錢財運用的防詐意識，才能守護自己的錢財。 | (1)網路媒體：<br>Facebook、Youtube、今周刊、工商時報、商周、經理人、Line Lap、東森新聞網、三立新聞網、聯合新聞網、鏡週刊等<br>(2)平面媒體：<br>聯合報、中國時報 | 專案捐贈(1)更生日報1則、(2)中時新聞網1則、(3)OTT影音廣告、(4)KOL網紅加值露出1則                      |

金融監督管理委員會  
媒體政策及業務宣導執行情形表  
中華民國112年2月份

單位：元

| 機關名稱             | 宣導項目、標題及內容  | 標案/契約名稱                   | 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                                 |
|------------------|---|---------------------------|------|---------------------------|-------|------------|------------|--------|----------|--|--------------|------------------------------------|
| 財團法人保險事業發展中心     | 保險知識社群媒體宣導計畫-<br>"保險發路米follow me" 臉書專頁  | 保險發路米臉書維運                 | 網路媒體 | 112/2/1-112/2/28          | 教育訓練處 | 保險事業發展中心預算 | 媒體政策及業務宣導費 | 49,100 | 奧洛股份有限公司 | (一)112年2月以向一般大眾傳遞保險知識及宣導重要政策為主要目標，累計至112年2月觸及人數已逾484餘萬人次。<br>(二)2月排程16則貼文，依所需主題撰寫文案、製作圖片素材等。<br>(三)以淺顯易懂的方式向一般民眾宣導金融保險知識及相關政策。 | Facebook     |                                    |
| 財團法人汽車交通事故特別補償基金 | 對民眾宣導「微型電動二輪車應投保強制險」、「強制險未投保逾6個月，移監理機關註銷車牌」、「提醒機車族要投保強制險」、「申請補償金之事由」及「酒後不開車」<br>內容：以國、臺、客語發音播放15則宣導短劇。  | 公益託播-<br>委託國立教育廣播電臺播放宣導短劇 | 廣播媒體 | 112/2/1-112/2/28，<br>共4次  | 業務處   | 無          | 無          | -      | 國立教育廣播電臺 | 使民眾瞭解強制險之申請權益保障，避免惡意代辦人剝削，並宣導酒後不開車，以維護道路交通安全。  | 國立教育廣播電臺(全國) | 因特別補償基金宣導短劇屬公益性質，委由國立教育廣播電臺協助免費播放。 |
|                  | 對民眾宣導「微型電動二輪車應投保強制險」、「強制險未投保逾6個月，移監理機關註銷車牌」、「提醒機車族要投保強制險」、「申請補償金之事由」及「酒後不開車」<br>內容：以國、臺、客語發音錄製成15則宣導短劇。 | 委託內政部警政署警察廣播電臺製播廣播宣導短劇    | 廣播媒體 | 112/2/1-112/2/28，<br>共39次 | 業務處   | 特別補償基金預算   | 媒體政策及業務宣導費 | 56,250 | 警察廣播電臺   | 使民眾瞭解強制險之申請權益保障，避免惡意代辦人剝削，並宣導酒後不開車，以維護道路交通安全。  | 警察廣播電臺(全國)   |                                    |

金融監督管理委員會  
媒體政策及業務宣導執行情形表  
中華民國112年2月份

單位：元

| 機關名稱             | 宣導項目、標題及內容  | 標案/契約名稱        | 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                  |
|------------------|---|----------------|--------------|-----------------------|------|----------|------------|-------|----------|---|----------------------|---------------------|
| 財團法人汽車交通事故特別補償基金 | 對民眾宣導「提醒強制險到期續保」、「微型電動二輪車須投保強制險」、「杜絕惡意代辦人」、「申請補償金之理由」及「酒後不開車，開車不喝酒」內容：以國、臺、客語發音播放15則宣導短劇。 | 委託地區廣播電臺播放廣播短劇 | 廣播媒體         | 112/2/1-112/2/28，共22次 | 業務處  | 特別補償基金預算 | 媒體政策及業務宣導費 | 6,667 | 台東之聲廣播電臺 | 使民眾瞭解強制險之申請權益保障，避免惡意代辦人剝削，並宣導酒後不開車，以維護道路交通安全。 | 台東之聲廣播電臺(臺東地區)       |                     |
|                  | 對民眾宣導「提醒強制險到期續保」、「微型電動二輪車須投保強制險」、「杜絕惡意代辦人」、「申請補償金之理由」及「酒後不開車，開車不喝酒」內容：以國、臺、客語發音播放15則宣導短劇。 | 委託地區廣播電臺播放廣播短劇 | 廣播媒體         | 112/2/1-112/2/28，共61次 | 業務處  | 特別補償基金預算 | 媒體政策及業務宣導費 | 5,000 | 金聲廣播電臺   | 使民眾瞭解強制險之申請權益保障，避免惡意代辦人剝削，並宣導酒後不開車，以維護道路交通安全。 | 金聲廣播電臺(屏東地區)         |                     |
|                  | 對民眾宣導「提醒強制險到期續保」、「微型電動二輪車須投保強制險」、「杜絕惡意代辦人」、「申請補償金之理由」及「酒後不開車，開車不喝酒」內容：以國、臺、客語發音播放15則宣導短劇。 | 委託地區廣播電臺播放廣播短劇 | 廣播媒體         | 112/2/1-112/2/28，共22次 | 業務處  | 特別補償基金預算 | 媒體政策及業務宣導費 | 5,300 | 嘉義之音廣播電臺 | 使民眾瞭解強制險之申請權益保障，避免惡意代辦人剝削，並宣導酒後不開車，以維護道路交通安全。 | 嘉義之音廣播電臺(嘉義地區)       |                     |
| 財團法人住宅地震保險基金     | 住宅地震基本保險/〈土耳其強震災損嚴重，住宅地震險保了沒？〉  | 無              | 平面媒體<br>網路媒體 | 112/2/7-112/2/9       | 業務處  | 無        | 無          | -     | 無        | 提高民眾地震風險意識，住宅地震保險知名度                          | 經濟日報、工商時報、現代保險雜誌、中央社 | 免費即時新聞提供給媒體，媒體自行採用。 |

金融監督管理委員會  
媒體政策及業務宣導執行情形表  
中華民國112年2月份

單位：元

| 機關名稱                | 宣導項目、標題及內容   | 標案/契約名稱   | 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                     |
|---------------------|--|---|--------------|------------------|---------------|--------------|--------------------|---------|----------------|--|--------------------------|------------------------|
| 財團法人住宅地震保險基金        | 住宅地震基本保險/<br>(強震釀致命災損<br>住宅地震險投保率<br>僅37%)   | 無   | 網路媒體<br>電視媒體 | 112/2/8          | 業務處           | 無            | 無                  | -       | 無              | 提高民眾地震風險意識，住宅<br>地震保險知名度   | 華視新聞                     | 接受採訪，由媒體製作成<br>電視報導內容。 |
|                     | 住宅地震基本保險/<br>(全台917萬戶「地<br>震險僅37%」！北市<br>土壤液化都更迫切)                                 | 無   | 網路媒體<br>電視媒體 | 112/2/8          | 業務處           | 無            | 無                  | -       | 無              | 提高民眾地震風險意識，住宅<br>地震保險知名度   | 壹新聞                      | 接受採訪，由媒體製作成<br>電視報導內容。 |
|                     | 住宅地震基本保險/<br>(台灣六成民眾沒保<br>地震險！基本地震<br>險"全損"最高可賠<br>150萬，小資族可選"<br>輕損"物件受損就能<br>理賠) | 無   | 網路媒體<br>電視媒體 | 112/2/8          | 業務處           | 無            | 無                  | -       | 無              | 提高民眾地震風險意識，住宅<br>地震保險知名度   | 三立新聞                     | 接受採訪，由媒體製作成<br>電視報導內容。 |
|                     | 住宅地震基本保險   | 112年住宅地震<br>保險險書宣導及<br>網路廣告之維運<br>整合宣導活動          | 網路媒體         | 112/2/1-112/2/28 | 業務處           | 無            | 無                  | -       | 無              | 提高民眾地震風險意識，住宅<br>地震保險知名度。  | 本基金FB粉絲團                 | 本月為基金自行運營              |
| 財團法人保險安定基金          | 保險安定基金，保險<br>您的保險。<br>您的保險保障機構。  | 多元媒體整合宣<br>導規畫執行委託<br>案                           | 網路媒體         | 112/2/1-112/2/28 | 業務部           | 保險安定基金預<br>算 | 媒體政策<br>及業務宣導<br>費 | 35,666  | 上晴國際開發<br>有限公司 | 粉絲數至2月21日達到35,676<br>人。<br>粉絲專頁觸及人次36,896人。<br>LINE@粉絲數達14,373人。 | Facebook粉絲團<br>LINE@官方帳號 |                        |
| 財團法人證券投資人及期貨交易人保護中心 | 刊登「投資人保護之<br>實踐—投保中心二十<br>週年回顧與展望」座<br>談會重要內容                                      | 「投資人保護之<br>實踐—投保中心<br>二十週年回顧與<br>展望」座談會重<br>要內容委刊 | 平面媒體         | 112/02/03        | 投保中心法<br>律服務處 | 投保中心編列預<br>算 | 勞務成本               | 210,000 | 經濟日報           | 透過座談會分享投保中心如何<br>逐步落實市場民事責任與促進<br>公司治理的深化，使社會更了<br>解投保中心之貢獻與功能。  | 經濟日報                     |                        |

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. 「機關名稱」應包含國營事業、基金、財團法人，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及預算書依立法院審議99年度預算決議須送立法院審查之財團法人。
3. 「標案/契約名稱」請填列政府電子採購網之「標案名稱」，倘為小額採購、行政委託及補助案件等無須刊登政府電子採購網者，則以辦理媒體政策及業務宣導相關文件(如契約等)之案名填列。
4. 「宣導期程」請依委託託播宣導之涵蓋期程，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)。
5. 「執行單位」係指各機關或國營事業之內部業務承辦單位。
6. 「預算來源」請查填總預算、○○特別預算、國營事業、非營業特種基金或財團法人預算。
7. 「預算科目」屬總預算、特別預算及政事型特種基金請填至業務(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)。
8. 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。