

農業部主管(含國營事業、基金、財團法人)114年辦理政策及業務宣導之執行情形表—林業及自然保育署屏東分署

單位：元

| 項次 | 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 |
|----|----------|-------------------------|---------------------|------|-------------------|------|------|------|--------|---------|---|---------|
| 1 | 林業及自然保育署 | 宣傳林後四林平地森林園區「山林製造」品牌概念店 | 「山林製造」品牌概念店廣告(小額採購) | 平面 | 114.1.18 | 屏東分署 | 公務預算 | 林業發展 | 50,000 | 聯合報 | 1. 聯合報春節專刊隨聯合報發行，發行量約30萬份，閱讀人口約45萬人次。 2. 專刊不論訂戶或零售消費者都可看到相同的內容，內容涵蓋各地特色景點，資訊內文由記者主筆，透過記者生動筆觸更能吸引讀者注意。 3. 透過春節專刊，吸引更多人出遊時造訪林後四林平地森林園區的山林製造品牌概念店。 | 聯合報 |
| 2 | 林業及自然保育署 | 森林防火宣導 | 防火宣導廣告(小額採購) | 平面 | 114.5.17 | 屏東分署 | 公務預算 | 林業發展 | 10,000 | 臺灣時報 | 1. 因南部已進入乾燥季節，加強宣導乾燥季節進入山區應謹慎用火的觀念。 2. 臺灣時報為南部在地第一大報，其中，高雄及屏東為發行重鎮，另外，電子報配合報紙披露，陸、空加成宣傳效益佳，深獲讀者青睞、有口皆碑。 | 臺灣時報 |
| 3 | 林業及自然保育署 | 森林防火宣導 | 防火宣導廣告(小額採購) | 廣播 | 114.5.21-114.5.28 | 屏東分署 | 公務預算 | 林業發展 | 10,000 | 中國廣播公司 | 1. 因南部已進入乾燥季節，針對臺南、高雄、屏東聽眾加強宣導乾燥季節進入山區應謹慎用火的觀念。 2. 根據AC尼爾森2024年收聽率調查，中廣流行網(I like Radio)收聽率調查均在全國前3名之內，中廣新聞網(News Radio)收聽率均在前10名之內。 | 中國廣播公司 |

農業部主管(含國營事業、基金、財團法人)114年辦理政策及業務宣導之執行情形表—林業及自然保育署屏東分署

單位：元

| 項次 | 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 |
|----|----------|---------------------------------------|---|-------------------------|--------------------|--------------|---------|--------------------|---------|------------------------------|---|---|
| 4 | 林業及自然保育署 | 造路的人djalan 牡丹鄉高士部落青年返鄉與保育之路特展短影片及圖卡製作 | 造路的人djalan 牡丹鄉高士部落青年返鄉與保育之路特展短影片及圖卡製作(小額採購) | 網路 | 114.7.15~114.8.10 | 屏東分署 | 公務預算 | 林業發展 | 28,350 | 青西設計有限公司 | 1.屏東分署臉書粉專追蹤人數約有1.2萬人。 2.臉書粉專發佈之各類活動、政令宣導及成果展示，除追蹤者可看到各類資訊，透過轉發及標注民眾都可看到相同的內容，影片內文及攝剪輯由製作人結構，透過影像紀錄，能讓民眾關注社區林業、林下經濟及地方創生等各類議題。 | 林業及自然保育署屏東分署Facebook粉專、YT、IG、林業及自然保育署Facebook粉專 |
| 5 | 林業及自然保育署 | 六龜好集市活動宣傳 | 十八羅漢山自然保護區場域培力及周邊產業強化計畫 | 網路 | 114.10.1-114.10.31 | 屏東分署 | 非營業特種基金 | 農村再生基金-農村再生建設及發展計畫 | 0 | 樟根文化有限公司 | 為推廣十八羅漢山自然保護區周邊社區友善產業，持續辦理六龜好集市向社會大眾廣為宣傳。 宣傳效益以粉絲專頁為主，預計貼文觸及人數10,000人次。 | FB：林業及自然保育署、林業及自然保育署屏東分署 |
| 6 | 林業及自然保育署 | 林後四林平地森林園區介紹宣傳 | 林後四林平地森林園區介紹宣傳(小額採購) | 平面、網路 | 114.10.1-114.10.31 | 屏東分署 | 公務預算 | 林業發展 | 140,000 | 空中英語教室教育集團(財團法人台北市基督教救世傳播協會) | 透過大家說英語雜誌介紹宣傳林後四林平地森林園區。以吸引更廣泛國內外遊客造訪林後四林平地森林園區，讓不同族群民眾更加認識園區之美。 | 大家說英語雜誌、空中英語教室官網 |
| | | | 「雉+野蓮發展前農民與水雉的衝突」長片-化解野生動物危害農業及瀕危物種與人衝突篇 | 網路(facebook、youtube、IG) | 114年10月至12月 | 林業及自然保育署屏東分署 | 公務預算 | 林業管理 | 80,000 | 谷津田有限公司 | 透過長片紀錄美濃雉+野蓮上架到家樂福前，水雉繁殖使農民延後採收，造成農業的損失，後來保育工作投入後，我們也希望讓保育與農業經濟衝突的前提獲得改善，透過增加銷售管道，讓更多農友願意一起從事保育工作。 | 林業及自然保育署 |

農業部主管(含國營事業、基金、財團法人)114年辦理政策及業務宣導之執行情形表—林業及自然保育署屏東分署

單位：元

| 項次 | 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 |
|----|----------|-----------------------|---------------------|-------------------------|---------------------|--------------|------|------|--------|-------------|--|---|
| 7 | 林業及自然保育署 | 雉+野蓮影片製作(149,940元) | 「雉+野蓮」短影音及短片-環境教育篇章 | 網路(facebook、youtube、IG) | 114年10月至12月 | 林業及自然保育署屏東分署 | 公務預算 | 林業發展 | 69,940 | 谷津田有限公司 | 透過短影音及短片紀錄美濃雉+野蓮上架到家樂福的過程，希望可以讓更多民眾有機會了解保育不只有復育，而是真正讓生活在這塊土地的野生動物與人們一起找到共存的方法，同時邀請民眾透過消費的選擇來支持友善生物的農業生產。 | 屏東分署Youtube、林業及自然保育署屏東分署FB、林業及自然保育署屏東分署IG |
| 8 | 林業及自然保育署 | 「木育館開幕活動」主視覺、活動流程、邀請卡 | 木育館開幕活動(小額採購) | 網路(Facebook) | 114.10.20-114.10.31 | 屏東分署 | 公務預算 | 林業發展 | 17,500 | 活下去國際事業有限公司 | 為推廣國產材使用及永續林業理念，認識木竹美學及森林資源，於屏東市設立木育館示範場域進行駐點推廣及開發體驗課程活動，以臉書方式向社會大眾廣為宣傳正式啟用及鼓勵現場參與。宣傳效益以臉書為主，貼文觸及人數預計1,000人次。 | 林業及自然保育署屏東分署臉書 |
| 9 | 林業及自然保育署 | 森林防火宣傳 | 防火宣傳廣告(小額採購) | 平面 | 114.12.1-114.12.31 | 屏東分署 | 公務預算 | 林業發展 | 12,500 | 臺灣時報 | 1.因南部年底將進入乾燥季節，透過農民曆刊登防火廣告，加強宣導乾燥季節進入山區應謹慎用火的觀念。 2.臺灣時報農民曆發行量約12萬冊，廣告效果達一年以上，除讀者外，並贈送國內各大廠商，供民眾翻閱(農民曆彩色內頁1/4頁、10.5*7.2cm，直式)。 | 臺灣時報 |

農業部主管(含國營事業、基金、財團法人)114年辦理政策及業務宣導之執行情形表—林業及自然保育署屏東分署

單位：元

| 項次 | 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 |
|----|----------|------------------|------------------------|------|--------------------|------|------|------|---------|----------|---|------------------------|
| 10 | 林業及自然保育署 | 森林防火宣傳 | 防火宣傳廣告(小額採購) | 平面 | 114.12.1-114.12.31 | 屏東分署 | 公務預算 | 林業發展 | 10,000 | 新新聞報 | 1.因南部年底將進入乾燥季節，透過農民曆刊登防火廣告，加強宣導乾燥季節進入山區應謹慎用火的觀念。 2.新新聞報農民曆發行量約10萬本，廣告效果長達一年，發行深入各階層及家庭(農民曆彩色內頁1/3頁、8.6*18.5cm，橫式)。 | 新新聞報 |
| 11 | 林業及自然保育署 | 霧臺鄉大武村救援臺灣黑熊紀錄短片 | 霧臺鄉大武村救援臺灣黑熊紀錄短片(小額採購) | 網路 | 114.7.1~114.12.31 | 屏東分署 | 公務預算 | 林業發展 | 149,940 | 加油動畫有限公司 | 1.屏東分署臉書粉專追蹤人數約有1.2萬人。 2.臉書粉專發佈之各類活動、政令宣導及成果展示，除追蹤者可看到各類資訊，透過轉發及標注民眾都可看到相同的內容，影片內文及攝剪輯由導演及製作人結構，透過影像紀錄及人物訪談，能讓民眾關注及關心野生動物各類議題。 | 林業及自然保育署屏東分署Facebook粉專 |