

行政院農業委員會主管(含國營事業、基金、財團法人)110年12月辦理政策及業務宣導之執行情形表

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
農糧署	訪談宗教界團體，藉由宗教團體之角色與視角，介紹花卉及其應用，進而衍生出創新的感受、體驗等等，結合宗教與生活，讓花卉能以更輕鬆、更趣味的姿態融入民眾的生活，經由淺移默化，逐漸養成用花習慣。相關成果將以影片及平面稿各2則方式呈現於本署、花卉產業團體、豐年社之粉絲頁或官方頻道	網路	110.11.01-110.12.31	作物生產組	公務預算	農糧管理	745,000	財團法人豐年社	藉由吸引不同族群對花卉使用產生興趣，增加花卉消費機會	1. 農糧署Facebook或官方頻道 2. 花卉產業團體Facebook或官方頻道 3. 豐年社Facebook或官方頻道	補列
農糧署	推廣鳳梨釋迦	網路	110.12.28起	運銷加工組	農業發展基金	產銷調節緊急處理計畫	200,000	財團法人農業科技研究院	提升消費者對國產鳳梨釋迦的認識	臺灣通勤第一品牌 Spotify Podcast	
農糧署	瑞典前一定要做的一件事—令人驚豔的台灣水果	網路	110/12/31起	運銷加工組	農業發展基金	產銷調節緊急處理計畫	200,000	財團法人農業科技研究院	提升消費者對國產鳳梨釋迦的認識	I' m Jonas Youtube	
農糧署	產銷履歷驗證一日稽核員體驗影片	網路	110/12/13起	運銷加工組	公務預算	農糧管理	300,000	誠曦行銷股份有限公司	提升消費者對產銷履歷標章認識	吳師傅及本署FB粉絲葉	
農糧署	【下班GO FUN吧】西港拍攝胡麻吉及其他雜糧宣傳影片	網路	110/12/16起	運銷加工組	農村再生基金	農村再生建設及發展計畫	210,000	東森電視事業股份有限公司	提高國人對國產雜糧之認同感及消費意願	東森-噪咖	
農糧署	【做吧噪咖】野餐派對最佳餐點!墨西哥捲餅鹹甜2口感在家輕鬆做!	網路	110.12.27起	運銷加工組	農村再生基金	農村再生建設及發展計畫	0	東森電視事業股份有限公司	提高國人對國產雜糧之認同感及消費意願	東森-噪咖	廠商回饋
農糧署	精饌米獎得獎產品介紹直播	網路	110.12.28	糧食產業組	農產品受進口損害救助基金	調整產業或防範措施計畫	0	財團法人台灣優良農產品展協會	引導國人選購精饌米獎得獎產品，並提升國人對國產米之認同感，進而消費選購	蔡季芳Facebook	廠商回饋
農糧署	台灣好米禮盒介紹	網路	110.12.25	糧食產業組	農業發展基金	糧政業務	96,000	魔方數位有限公司	引導國人選購米禮盒得獎產品，並提升國人對國產米之認同感，進而消費選購	UDN聯合新聞網	
農糧署	台灣好米禮盒介紹	平面	110.12.01-110.12.31	糧食產業組	農業發展基金	糧政業務	0	魔方數位有限公司	引導國人選購米禮盒得獎產品，並提升國人對國產米之認同感，進而消費選購	Vogue Taiwan雜誌	廠商回饋
農糧署	米糧俱樂部-精品米糧專區	平面	110.12.01-111.12.31	秘書室	公務預算	農糧管理	60,000	臺灣時報社	透過平面媒體，宣傳米糧俱樂部-精品米糧專區	臺灣時報111年農民曆	
農糧署	米糧俱樂部-精品米糧專區	平面	110.12.01-111.12.31	秘書室	公務預算	農糧管理	40,000	臺灣中華日報社	透過平面媒體，宣傳米糧俱樂部-精品米糧專區	臺灣中華日報111年農民曆	
農糧署	請優先選購產銷履歷農產品	平面	110.12.01-111.12.31	秘書室	公務預算	農糧管理	40,000	青年日報	透過平面媒體，宣導民眾優先選購產銷履歷農產品	青年日報111年農民曆	
農糧署	大家攏來吃臺灣米	平面	110.12.01-111.12.31	秘書室	公務預算	農糧管理	20,000	台灣新生報	透過平面媒體，宣傳大家攏來吃臺灣米	台灣新生報111年農民曆	
農糧署	米糧俱樂部-精品米糧專區	平面	110.12.01-111.12.31	秘書室	公務預算	農糧管理	40,000	台灣新新聞報	透過平面媒體，宣傳米糧俱樂部-精品米糧專區	台灣新新聞報111年農民曆	

農糧署	米糧俱樂部-精品米糧專區	平面	110.12.01-111.12.31	秘書室	公務預算	農糧管理	56,000	中國時報	透過平面媒體，宣傳米糧俱樂部-精品米糧專區	2022年新春特刊	
農糧署	110年度農糧產業媒體參訪-「推動農產品初級加工場」	網路	110.12.06上架	秘書室	農村再生基金	農村再生建設及發展計畫	354,000	台視文化事業股份有限公司	透過網路媒體，宣傳農產品初級加工場	1.台視電視主頻 2.台視Youtube	
農糧署	料理123「蜂蜜料理大作戰」	網路	110.12.06上架	秘書室	農村再生基金	農村再生建設及發展計畫	350,000	三立電視股份有限公司	透過網路媒體，宣傳國產蜂蜜	1.料理123 Youtube 2.料理123 Facebook	
農糧署	宣導各項農糧訊息、措施及推廣地區農糧產品行銷活動	廣播,網路	110.12.01-110.12.24	北區分署	公務預算	農糧管理	46,917	竹科廣播股份有限公司	透過廣播對農民及消費者宣導各項農糧訊息、措施及推廣地區農糧產品行銷活動	竹科廣播股份有限公司	
農糧署	以康莊有機聚落宣傳有機及友善環境耕作農產品價值及有機農村聚落特色休閒旅遊	網路	110.12.15-110.12.31	北區分署	農村再生基金	農村再生建設及發展計畫	68,000	有限責任桃園市康莊有機農業生產合作社	透過臉書宣導有機及友善環境耕作農產品價值及有機農村聚落特色休閒旅遊	康莊有機聚落Facebook	
農糧署	因應疫情，透過網路平台販售及廣告推播，並配合農會實體通路販售，提升國產雜糧產品銷售量及知名度	網路	110.12.13-110.12.25	北區分署	農村再生基金	農村再生建設及發展計畫	20,000	新竹縣農會	透過網路廣告推播，提升國產雜糧產品銷售量及知名度	Facebook廣告推播	
農糧署	110年度大糧倉計畫-五行雜糧飯拓展與推廣行銷活動計畫	電視、網路	110.12.04-110.12.31	北區分署	農村再生基金	農村再生建設及發展計畫	102,500	北埔鄉農會	推廣行銷履歷五行雜糧飯，以提高產銷履歷五行雜糧飯的知名度，發展特色米、雜糧及農產加工品，並拓展行銷通路及銷售據點	1.蔡季芳Facebook 2.北視有線電視	
農糧署	透過網路影響力推廣全民喝國產豆漿之運動，增加國產大豆能見度及使用率	網路	110.12.15-110.12.25	北區分署	農村再生基金	農村再生建設及發展計畫	95,000	有限責任桃園市野農生產合作社	透過網路廣告推播，增加國產大豆能見度及使用率，提升產品銷售額	Facebook廣告推播	
農糧署	110年度國產雜糧大豆推廣行銷活動計畫	電視	110.12.15-110.12.31	北區分署	農村再生基金	農村再生建設及發展計畫	20,000	竹北市農會	透過電視媒體播放農會每月5日黑豆日，舉辦黑豆相關食農教育活動暨產品促銷活動，擴大引導消費大眾了解台灣國產雜糧，體驗黑豆的營養價值並建立竹北黑豆好食材的健康概念	北視有線電視	
農糧署	透過網路影響力推廣峨眉鄉油茶、柑橘、東方美人茶等農產品，增加該鄉農產品能見度及使用率	網路、平面	110.12.01-110.12.20	北區分署	農產品受進口損害救助基金	調整產業或防範措施計畫	0	峨眉鄉農會	透過網路及報紙影響力，推廣峨眉鄉油茶、柑橘、東方美人茶等農產品，增加該鄉農產品能見度及使用率	1.北視有線電視第七頻道 2.自由時報(新竹版) 3.中國時報(新竹版)	由受補助單位配合款支應
農糧署	宣導各項農糧訊息、措施及推廣地區農糧產品行銷活動	廣播	110.12.01-110.12.31	中區分署	公務預算	農糧管理	56,667	大千廣播股份有限公司	透過廣播對農民及消費者宣導各項農糧訊息、措施及推廣地區農糧產品行銷活動	大千廣播股份有限公司	
農糧署	以國產雜糧為主題，製作由原料生產至產製過程、料理烹調等宣導影片，以提高消費者對於雜糧加工製品的認同與瞭解，提升產品曝光度，帶動購買意願	網路	110.12.01-110.12.31	中區分署	農村再生基金	農村再生建設及發展計畫	600,000	保證責任臺中市中都農業生產合作社	1.增加國產雜糧銷售金額5,539.13千元 2.使用大豆數量40噸	1.潮市集官網、Facebook 2.中都Youtube、Facebook 3.健康2.0 Youtube、Facebook	

農糧署	係以國產甘藷為主題，規劃於網路社群平台進行新品上市推播及影片宣傳，以提升產品曝光度，帶動購買意願	網路	110.12.15-110.12.31	中區分署	農村再生基金	農村再生建設及發展計畫	214,000	保證責任雲林縣瓊埔合作農場	1.增加國產雜糧銷售金額4,846.413千元 2.使用甘藷數量100噸	1.懶媽媽的育兒生活Facebook 2.雙胞胎DoRe+Fa弟=三寶奴爸奴媽Facebook 3.花露露Facebook、Instagram、部落格 4.千千進食中Facebook 5.小劍劍-務農夫婦x田園日記Facebook	
農糧署	友善耕作-為永續播種	網路	110.12.14起	中區分署	農村再生基金	農村再生建設及發展計畫	350,000	雲林縣斗南鎮農會	為了鼓勵農友的生產業態朝友善環境及有機耕作發展，規劃5位成功實行友善耕作農法的農民故事，以增強有意採友善或有機耕作農友之信心，促使其勇於轉型友善或有機耕作模式	1.天下雜誌Youtube 2.微笑臺灣Facebook	
農糧署	友善耕作改變了他們的生活，也改寫了我們的未來	網路	110.12.13起							1.天下雜誌 2.微笑台灣網站	
農糧署	雲林縣斗南鎮農會友善食光及友善農場推廣影片	網路	110.12.31起	中區分署	農村再生基金	農村再生建設及發展計畫	400,000	雲林縣斗南鎮農會	開拓有機及友善農產品新市場，強化消費客群對斗南友善環境耕作農產品認識，提升消費者對有機友善農產品之認識及信心	斗南鎮農會官網、Facebook、Youtube	
農糧署	係以國產豆製產品為主題，規劃於網路社群平台進行新品上市推播及宣傳，以提升產品曝光度，帶動購買意願	網路	110.12.31起	中區分署	農村再生基金	農村再生建設及發展計畫	360,000	保證責任臺中市大人物農產運銷合作社	1.增加國產雜糧銷售金額千元6,132千元 2.使用大豆數量40噸	揪是愛、現在吃美食、Foodie Maggie、啾啾輕盈寶寶、仲慧王等IG	
農糧署	110年度地區廣播農糧訊息推廣案	廣播	110.12.01-110.12.31	南區分署	公務預算	農糧管理	49,000	青春廣播電台股份有限公司	宣導各項農糧訊息、措施及推廣地區農糧產品行銷活動	青春廣播電台	
農糧署	加強宣導111年稻米輔導措施政策	網路	110.11.20-110.12.4	南區分署	公務預算	農糧管理	0	青春廣播電台股份有限公司	加強宣導111年稻米輔導措施政策	青春廣播電台官網	廠商回饋
農糧署	田間玩很大推廣活動計畫	網路	110.12.01-111.12.11	南區分署	農業發展基金	糧政業務	10,000	臺南市無米樂稻米促進會	廣告宣導消費者參加「田間玩很大推廣活動」	1.頂長社區FaceBook、Instagram 2.長短樹公園FaceBook、Instagram	
農糧署	南區有機農業社區推廣成果發表計畫	網路	110.12.10	南區分署	農村再生基金	農村再生建設及發展計畫	260,000	財團法人豐年社	報導「博物館有機趴，大小朋友野餐趣活動」，讓消費者瞭解有機農產品生產過程，及有機友善耕作方式對自然環境永續發展的益處	農傳媒FaceBook	
農糧署	產銷履歷農產品行銷推廣	平面	110.12.01-111.12.31	南區分署	公務預算	農糧管理	25,000	臺灣時報	加強消費大眾對於產銷履歷農產品標章及消費管道之認識	臺灣時報111年農民曆	
農糧署	產銷履歷農產品行銷推廣	平面	110.12.01-111.12.31	南區分署	公務預算	農糧管理	10,000	屏東時報	加強消費大眾對於產銷履歷農產品標章及消費管道之認識	屏東時報111年農民曆	

農糧署	產銷履歷農產品行銷推廣	平面	110.12.01-111.12.31	南區分署	公務預算	農糧管理	20,000	台灣新生報	加強消費大眾對於產銷履歷農產品標章及消費管道之認識	台灣新生報111年農民曆	
農糧署	產銷履歷農產品行銷推廣	平面	110.12.01-111.12.31	南區分署	公務預算	農糧管理	10,000	中華之聲新聞	加強消費大眾對於產銷履歷農產品標章及消費管道之認識	中華之聲111年農民曆	
農糧署	強固型溫網室補助政策推廣	平面	110.12.01-111.12.31	南區分署	農村再生基金	農村再生建設及發展計畫	40,000	臺灣中華日報社股份有限公司	加強宣導結構加強型溫網室設施有助降低農業災損	中華日報111年農民曆	
農糧署	強固型溫網室補助政策推廣	平面	110.12.01-111.12.31	南區分署	農村再生基金	農村再生建設及發展計畫	52,500	自由文化事業股份有限公司	加強宣導結構加強型溫網室設施有助降低農業災損	自由時報111年農民曆	
農糧署	宣導各項農糧訊息、措施及推廣地區農糧產品行銷活動	廣播	110.12.01-110.12.31	東區分署	公務預算	農糧管理	49,917	中國廣播股份有限公司	透過廣播對農民及消費者宣導各項農糧訊息、措施及推廣地區農糧產品行銷活動	中國廣播股份有限公司	
農糧署	推廣在地東部米	網路	110.12.01-110.12.31	東區分署	農業發展基金	糧政業務	40,000	宜蘭縣宜蘭市農會	透過影片行銷強調宜蘭市雪山好米栽種用心、取得驗證標章、更有獲獎實蹟等，期藉由廣告推播提升稻米行銷量能	宜蘭市農會YouTube、宜蘭市農會Facebook	
農糧署	推廣花蓮縣優質農產品	廣播	110.12.01-111.12.31	東區分署	農產品受進口損害救助基金	調整產業或防範措施計畫	0	花蓮縣農會	透過廣播行銷宣傳花蓮縣在地優質農特產品，吸引民眾消費並提高花蓮縣在地農特產品知名度	中國廣播股份有限公司	由受補助單位配合款支應
農糧署	1.有機米環境前導篇 2.有機米共好堅持篇 3.完整版 4.堅持種好米版 5.回鄉青年共好版	網路	110.12.01-111.03.31	東區分署	農村再生基金	農村再生建設及發展計畫	390,000	證責任龍鳳甲良質稻米運銷合作社	透過影片行銷宣導消費者購買有機食米，同時提高東部有機米之消費量與有機米製產品知名度	1.花蓮好米~哇好米Youtube 2.龍鳳甲合作社稻-哇好米Facebook 3.adeline0933799745 Instagram	
農糧署	介紹宜蘭縣三星鄉銀柳與在地農產品企劃及廣宣	網路	110.12.20-111.03.31	東區分署	農村再生基金	農村再生建設及發展計畫	486,500	有限責任宜蘭縣明慶農產運銷合作社	透過網路影片行銷宣導認識三星鄉銀柳及農產品，同時提高宜蘭縣三星鄉花卉產銷班第15班農產品知名度	1.宜蘭縣三星鄉花卉產銷班第15班Facebook 2.明慶農產運銷合作社Youtube	
農糧署	推廣在地東部茶、金針及小油菊產品企劃及廣宣	網路	110.12.01-111.12.31	東區分署	農村再生基金	農村再生建設及發展計畫	273,000	保證責任龍鳳甲良質稻米運銷合作社	透過FB IG網路的行銷廣告增加茶、金針及小油菊曝光率及銷售額達10%	玉里鎮特用作物產銷班第4班Facebook	

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. 本表所稱之財團法人，係指政府捐助基金50%以上成立之財團法人。
3. 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)。
4. 執行單位係指各機關或國營事業之內部業務承辦單位。
5. 預算來源查填總預算、○○特別預算、國營事業、非營業特種基金或財團法人預算。
6. 預算科目部分，總預算、特別預算及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)；財團法人填至收支營運表3級科目(xx支出或xx費用)。
7. 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。