114年度支用交通部「道路交通安全」預算辦理政策及業務宣導之執行情形表(停讓文化 2.0 計畫)

單位：元

機關名稱	宣導項目、標題及內容	媒體類型	宣導期程(刊登/播出次數)	執行單位	預算來源(並註明計畫編號)	預算科目	執行金額(補助金額)	受委託廠商名稱	預期效益	刊登或託播對象	備註
新竹市政府	以「車輛停讓行人」、「行人用路觀念」為宣導主題，廣告主視覺延伸展開	主視覺延伸展開	1.車輛停讓行人 2.行人用路觀念	城市行銷處公關新聞科	交通部補助款	交通部院頒補助款	37,800元	捷威國際數位整合行銷有限公司	主視覺延伸展開公車車體、公共自行車車體及報紙等文媒宣尺寸。	無	
新竹市政府	以「車輛停讓行人」、「行人用路觀念」為宣導主題，結合新竹市區公車業者，總計刊登12面單側公車車體道安宣導廣告。	市區公車車體廣告	114.10.01-10.31	城市行銷處公關新聞科	交通部補助款	交通部院頒補助款	95,000元	國幸廣告有限公司	結合本市市區公車業者刊登12面單側車體廣告，提醒汽機車駕駛人、公車族停讓行人先行及注意行人安全。	新竹汽車客運股份有限公司 捷乘客運有限公司	
新竹市政府	以「車輛停讓行人」、「行人用路觀念」為宣導主題，結合腳踏車租賃業者，提醒自行車使用者及行人注意交通安全，總計刊登75輛自行車雙側車體道安宣導廣告。	公共自行車車體廣告	114.10.03-11.02	城市行銷處公關新聞科	交通部補助款	交通部院頒補助款	149,000元	微笑單車股份有限公司	結合本市公共自行車(YouBike微笑單車)刊登雙側車體廣告。讓使用者在借車、還車時，都可以看到宣導廣告，提醒自行車使用者及行人注意交通安全。車輛行駛在路上，也可以被其他用路人看見，擴大宣導族群。	微笑單車股份有限公司	

新竹市政府	運用報紙地方版，以「車輛停讓行人」、「行人用路觀念」為宣導主題，共刊登9則十全半版道安宣導廣告，擴大對不同族群之道安宣導層面。	平面媒體	1.自由時報 114.09.26「車輛停讓行人」 114.10.03「行人用路觀念」 2.中國時報 114.09.30「車輛停讓行人」 114.10.08「行人用路觀念」 3.聯合報 114.10.09「車輛停讓行人」 114.10.14「行人用路觀念」 4.中華日報 114.10.16、10.20「車輛停讓行人」 114.10.31「行人用路觀念」	城市行銷處公關新聞科	交通部補助款	交通部院頒補助款	346,000元	1.自由文化事業股份有限公司(自由時報) 2.中國時報文化事業股份有限公司(中國時報) 3.聯合報股份有限公司(聯合報) 4.臺灣中華日報社股份有限公司(中華日報)	每日全國紙本發行量 1.自由時報約25萬份 2.中國時報約26萬份 3.聯合報30萬份 4.中華日報5萬份	自由時報 中國時報 聯合報 中華日報	
新竹市政府	結合台鐵新竹站燈箱廣告，針對用路人宣導交通安全觀念，共刊登1則道安宣導廣告及30秒廣告。	燈箱廣告、電視廣告	114.10.01-10.31	城市行銷處公關新聞科	交通部補助款	交通部院頒補助款	149,000元	台灣鐵道廣告有限公司	依台鐵公司統計目前新竹車站114年度平均每個月流量為1,308,473人次	台鐵公司新竹車站	
新竹市政府	透過1家地方電視通路，使用非使用公益時段或頻道託播30秒廣告，合計播出3,752檔次以上，	電視廣告	114.10.16-11.12	城市行銷處公關新聞科	交通部補助款	交通部院頒補助款	261,500元	新竹振道有線電視股份有限公司	透過地方電視通路，使用非使用公益時段或頻道託播30秒廣告，加強宣導道安觀念。	新竹振道有線電視股份有限公司	
新竹市政府	以「車輛停讓行人」、「行人用路觀念」為宣導主題，結合10家網路媒體，針對網路族群加強路口安全觀念。	網路廣告	1.Ettoday:114.11.07-11.17 2.UDN聯合新聞網:114.11.07-11.13 3.TVBS:114.11.06-11.17 4.年代+壹電視:114.11.07-11.13 5.三立:114.11.11-11.18 6.中時新聞網:114.11.10-11.16 7.東森新聞:114.11.06-11.12 8.中天新聞網:114.11.10-11.16 9.民視:114.11.06-11.12 10.鏡新聞:114.11.06-11.17	城市行銷處公關新聞科	交通部補助款	交通部院頒補助款	1,516,550元	誠舍國際有限公司	結合網路媒體刊登banner廣告，讓年輕族群瀏覽網路文章時，一併汲取交通安全知識，建立正確觀念。並可進一步透過網路將相關知識轉傳其他親友，觸及不同宣導對象。	1.Ettoday 2.UDN聯合新聞網 3.TVBS 4.年代+壹電視 5.三立 6.中時新聞網 7.東森新聞 8.中天新聞網 9.民視 10.鏡新聞	

新竹市政府	以「車輛停讓行人」、「行人用路觀念」為宣導主題，透過主視覺廣告設計結合全國性平面雜誌提醒閱讀者注意停讓行人，計刊登宣導廣告5頁。	平面媒體	1.114.11月份「車輛停讓行人」：天下雜誌、今週刊、鏡週刊 2.114.11月份「行人用路觀念」：商業週刊、財訊週刊	城市行銷處公關新聞科	交通部補助款	交通部院須補助款	774,790元	誠舍國際有限公司	每期發行量 1.天下雜誌12萬冊 2.今週刊14萬冊 3.鏡週刊10萬冊 4.商業週刊14萬冊 5.財訊週刊10萬冊	1.天下雜誌 2.今週刊 3.鏡週刊 4.商業週刊 5.財訊週刊	
新竹市政府	以「車輛停讓行人」為宣導主題，播出1款3支音檔（國語、台語、客語各1支），結合6家廣播電台播出宣導廣告，合計播出1,713檔次。	廣播媒體	播出3支音檔（國語、台語、客語各1支），共1,713檔次。 1.114.11.05-11.21，內政部警政署警察廣播電臺新竹分臺播放199檔次。 2.114.11.05-11.20，台灣廣播股份有限公司新竹廣播電台播放416檔次。 3.114.11.05-11.16，環宇廣播事業股份有限公司廣播電台播放369檔次。 4.114.11.05-11.20，心動廣播股份有限公司心動音樂電台播放364檔次。 5.114.11.05-11.18，竹科廣播股份有限公司IC之音竹科廣播電台播放185檔次。 6.114.11.05-11.18，中國廣播股份有限公司中廣廣播電台播放180檔次。	城市行銷處公關新聞科	交通部補助款	交通部院須補助款	467,060元	誠舍國際有限公司	聽眾可透過手機APP線上聽、網站廣播等方式隨時收聽，讓不同收聽族群，駕駛人聽到熟悉的語言，提升交通安全觀念。	1.內政部警政署警察廣播電臺新竹分臺 2.台灣廣播股份有限公司新竹廣播電台 3.環宇廣播事業股份有限公司 4.心動廣播股份有限公司 5.竹科廣播股份有限公司 6.中國廣播股份有限公司	
新竹市政府	運用交通安全月統一素材，印製海報、文宣品、關東旗、布條等，以供所屬機關學校刊登及活動使用。	平面媒體	1.海報225張。 2文宣品(塗鴉圖卡)8,250份。 3文宣品（宣導折頁）44,770份。 4.關東旗20組。 5. 布條150條。	城市行銷處公關新聞科	交通部補助款	交通部院須補助款	394,588元	美事來做管理顧問有限公司	藉由印製文宣品、海報、關東旗及布條，以供所屬機關學校刊登及活動使用，以強化宣導效益，期能降低本市交通安全事故之發生。	無	
新竹市政府	114年新竹市道路交通文化（知悉度）調查	無	1.電訪民調及網路民調。 2.完成有效樣本數至少1,068份以上，在95%的信心水準下，抽樣誤差正負3%以內，就本調查數據進行詳細分析、說明、交叉分析及檢討等。	城市行銷處公關新聞科	交通部補助款	交通部院須補助款	298,000元	1.電訪民調:華威行銷研究股份有限公司 2.網路民調:大數據股份有限公司	透過電訪民調、網路民調2種方式，調查與分析，了解本市民眾對於執行道安宣導後，是否具有車輛路口停讓觀念、行人正確用路觀念。	無	
總計	4,489,288元(交通部補助4,489,288元，市府公務預算0元)										

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，並針對每月內刊登(播出)時間或次數填列，如110.07.1-110.09.30(涵蓋期程)；110.10.1、110.12.1(播出時間)或2次(刊登次數)。
3. 執行單位係指內部業務承辦單位。
4. 預算來源查填如交通部院頒補助款、縣市公務預算、基金預算。
5. 預算科目部分，總預算、特別預算(如紓困預算或前瞻預算..)及政事型特種基金填至業務(工作)計畫
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。