

臺中市政府112年12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
臺中捷運股份有限公司	捷粉回饋專案12/31功成身退 中捷：歡迎改用定期票搭乘	網路媒體 (含社群媒體)	112.12.20	行政處	臺中捷運股份有限公司	行銷費用	600,000	東森電視事業股份有限公司	因應公共運輸定期票使用量穩定成長，且大部分民眾由捷粉回饋移轉至定期票，透過訊息發布增加資訊傳達觸及率。	東森新聞網	契約金額3,000,000元，俟全案執行驗收後付款。
	搭捷運過耶誕！中捷舊社站歡樂派對親子同樂	電視媒體	112.12.26						中捷首次將聖誕活動移師舊社站，帶動舊社站周邊商業發展，增添節慶歡樂氣氛。	東森新聞	
	中捷街舞30秒創意短片徵件比賽	網路媒體 (含社群媒體)	112.11.27-112.12.10						台中捷運舊社站捷舞103免費練舞場地空間寬敞、配有多面大面落地鏡、循環扇，設備齊全舒適，藉網路媒體擴大宣傳捷舞創意短片比賽，吸引更多民眾一起比創意、秀舞技。	台中捷運Facebook粉絲專頁	
	中捷聖誕超會搭 秀出你的好創意	網路媒體 (含社群媒體)	112.12.01-112.12.07						中捷聖誕超會搭活動，透過社群媒體增加觸及，藉以提升旅客參與度。	台中捷運Facebook粉絲專頁	
	聖誕禮物首選 就是中捷週邊商品啦	網路媒體 (含社群媒體)	112.12.07-112.12.14						聖誕節慶月，中捷商品精美好看，是送禮好選擇，透過社群媒體以增加商品銷售率。	台中捷運Facebook粉絲專頁	
臺中捷運股份有限公司	中捷繽紛聖誕列車 即起發車上線	平面媒體	112.12.11	行政處	臺中捷運股份有限公司	行銷費用	50,000	台灣新生報業股份有限公司	中捷特別彩繪聖誕列車，陪伴旅客度過歡樂的聖誕月，於媒體露出資訊，吸引更多旅客搭乘。	台灣新生報	
	中捷打造首末班車音樂 陪伴早出晚歸旅客	平面媒體	112.12.14						中捷地景音樂計畫，除了每站皆有不同進站音樂，開門有特殊鳥鳴聲外，還打造首末班車音樂，陪伴早出晚歸旅客，藉由媒體上刊，提升中捷致力提升捷運搭乘品質之良好形象。		