

## 氣候專題成果報告

氣候專題成果報告										
一、數據統計區間:報導刊出日－ 10/17			FACEBOOK				IG		社群總曝光	官方網站
發文日期	合作產出		FB 觀看次數	FB 觸及人數	FB 社群互動 (觀看貼文、按讚)	FB 分享數	IG 瀏覽次數	IG 限動觸及	FB＋IG	點閱互動
2025/07/31	「熱死人」不再是誇飾！認識氣候不平等，極端氣候代價總由最弱勢的人承擔		30704	20375	874	72	1384	495	53904	2063
2025/08/21	高溫殺手！酷暑加深長輩孤立、勞工被迫減班，學者:熱風險仍被視為個人責任		25268	13264	542	54	1039	354	40521	1658
總計			55972	33639	1416	126	2423	849	94425	3721
二、所有合作 內容										
深度報導	2篇	2篇深度報導報導，文中均有 說明報導由台灣主婦聯盟生活消費合作社 部分支持，請見 <a href="#">資料附圖</a> 。								
多管道社群整合宣傳	共6篇社群宣傳	2 篇文章共 2 則臉書貼文 ( <a href="#">貼文1</a> 、 <a href="#">貼文2</a> )、2 則 IG 貼文 ( <a href="#">貼文1</a> 、 <a href="#">貼文2</a> )、2 則限動								
電子報版位曝光	1期共1個版位	於多多益善 8月號的電子報，宣傳報導和相關 內容，請見 <a href="#">資料附圖</a> 。								
社群廣告與關鍵字操作	FB／IG／Google	1. 2篇文章共4篇貼文皆投放 FB／IG 廣告，共約新臺幣 2800 元，效果已反應在下面「量化成效」中 2. Googld Ads 關鍵字廣告:價 值廣告價值為新臺幣 2134 元;廣告成效請見下列量化成效								
三、量化成效										
深度報導點 閱至少 3000	<input checked="" type="checkbox"/>	最終點閱數為 3721								
社群總觸及至少3萬人	<input checked="" type="checkbox"/>	最終觸及為 34488;互動數 1575								
電子報開信率 40%+ (業界行情為 20-25%)	<input checked="" type="checkbox"/>	最終不重複開信率 8 月號為 52%								
關鍵字廣告點 閱率至少 6% (業界行情為 3%-6%)	<input checked="" type="checkbox"/>	最終點閱率，第1篇為 6.99%;第2篇為 3.92 %。 曝光次數共 30087 次;點擊次數共 1453 次。								
議題推廣曝光次數 6000+ (含廣告、社群觸及、互動、分享)	<input checked="" type="checkbox"/>	最終曝光為 124539 次，為原訂標的 20.7 倍								
四、成效分析與質性回饋										
相關讀者留言摘錄	<b>讀者發問：</b> 且女性、老年人、原住民族、有色人種等，是最先受到氣候衝擊的弱勢群體----- 當無法負擔冷氣的長者、在高溫下作業的勞工、每日需耕作的農民，因氣候變遷無聲的倒下。 請問一下，在高溫下作業的勞工是女性居多嗎？還是農民是女性居多？ 社區中種了很多樹， 有位阿姨在多個冷口下 接了多桶的水 每天下午3點多 就幫中庭的水泥地都澆上水，傍晚降點溫 ---- 小小的自救				<b>多多回覆：</b> 您好，內文有聯合國婦女署（UN Women）的引用， 指出許多地區由女性肩負取水、找食物與燃料的責任，當氣候變遷讓這些資源越來越稀缺， 女性就不得不投入更多時間與體力，有些女孩甚至會為了幫母親分擔家務而中輟。					
留言發現關心氣候議題的讀者非常樂於提問並分享自己的應對方式，可提供其他讀者不同的思考角度，也可刺激大家檢視自己在生活中的習慣。										
五、其他										
資料附圖	主婦聯盟成效報表資料附圖 .pdf									
敬請填寫滿意度調查	很感謝今年有機會開 啟和遺單位的合作。若上面的報表沒問題，再邀請您花 2、3 分鐘，為我們填寫 <a href="#">此次合作的滿意度調查</a> 。 協會的成員，每個人都可以個別填寫自己合作的回饋！									

氣候專題經費支出表				
專題報導	單位／篇	單價	總計	
深度報導	2	60000	120000	10 萬元為公益金贊助
說明：費用包含記者採訪、編輯排版、製圖製表、社群素材設計與推廣等。				
影音或社群圖文推廣(自籌)	單位／個	單價	總計	
廣告投放	1	2134	2134	
廣告投放	1	2800	2800	
說明：費用包含 fb、IG、Google 關鍵字搜尋等多平臺廣告投放, 及電子報製做等				
其他(自籌)	單位	單價	總計	
行政雜費	1		3500	
說明：含交通、差旅、郵務等雜支				
專案總計(含行政雜費)			128434	
公益金贊助金額			100000	
公益金全數用於深度報導製作(包含記者採訪、編輯排版、製圖製表、社群素材設計)				
自籌款			28434	