

環境部主管機關 媒體政策及業務宣導執行情形表

中華民國115年第1季(1月)

單位：元

機關名稱	宣導項目、標題及內容	標案/契約名稱	媒體類型	宣導期程及次數合併	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
環境部								210,000				
環境部	第3屆首惜廚師教案組總評比、整體活動專訪	114年首惜廚師甄選活動專案工作計畫	網路媒體	114年08月18日~114年10月20日：2次	環境部環境保護司	環境教育基金	環境教育推動計畫	50,000	純粹創意整合行銷有限公司	第3屆首惜廚師活動成果曝光及理念宣導，週知大眾環境部藉由競賽活動及獎勵誘因，向全國民眾甄選具有珍惜食物意涵的「料理食譜」與「創意教案」，鼓勵民眾從生活中轉型，並實踐惜食行動。	匯流新聞網	
環境部	第3屆首惜廚師活動整體專訪	114年首惜廚師甄選活動專案工作計畫	平面媒體	114年11月17日~115年11月17日：2次	環境部環境保護司	環境教育基金	環境教育推動計畫	90,000	純粹創意整合行銷有限公司	第3屆首惜廚師活動成果曝光及理念宣導，週知大眾環境部藉由競賽活動及獎勵誘因，向全國民眾甄選具有珍惜食物意涵的「料理食譜」與「創意教案」，鼓勵民眾從生活中轉型，並實踐惜食行動。	經濟日報	
環境部	第3屆首惜廚師活動料理食譜組全國總決賽、整體活動理念	114年首惜廚師甄選活動專案工作計畫	網路媒體	114年10月30日~114年12月10日：2次	環境部環境保護司	環境教育基金	環境教育推動計畫	70,000	純粹創意整合行銷有限公司	第3屆首惜廚師活動成果曝光及理念宣導，週知大眾環境部藉由競賽活動及獎勵誘因，向全國民眾甄選具有珍惜食物意涵的「料理食譜」與「創意教案」，鼓勵民眾從生活中轉型，並實踐惜食行動。	食力 foodNEXT • 食事求實的知識頻道	
資源循環署								2,000,000				
資源循環署	循環經濟成果宣傳	資源循環行銷與宣傳專案工作計畫（第一年）	網路媒體	114年09月10日~114年11月30日：1次	循環署綜合規劃組	資源回收管理基金	資源回收管理計畫	370,000	民視文化事業股份有限公司	將本署推動循環經濟理念及成果成功觸及超過10萬人次。	Facebook	
資源循環署	資源循環政策宣傳	資源循環行銷與宣傳專案工作計畫（第一年）	網路媒體	114年09月14日~114年11月30日：1次	循環署綜合規劃組	資源回收管理基金	資源回收管理計畫	280,000	民視文化事業股份有限公司	推播本署政策短影音觸及累計達64萬人次以上。	Facebook	

環境部主管機關 媒體政策及業務宣導執行情形表

中華民國115年第1季(1月)

單位：元

機關名稱	宣導項目、標題及內容	標案/契約名稱	媒體類型	宣導期程及次數合併	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
資源循環署	資源循環政策宣傳	資源循環行銷與宣傳專案工作計畫(第一年)	網路媒體	114年09月14日~114年11月30日：1次	循環署綜合規劃組	資源回收管理基金	資源回收管理計畫	200,000	民視文化事業股份有限公司	將本署資源循環政策專題報導於網路頻道播出，累積收視超過10萬人次。	華視	
資源循環署	資源循環推動法系列宣傳	資源循環行銷與宣傳專案工作計畫(第一年)	平面媒體	114年11月03日~114年11月03日：1次	循環署綜合規劃組	資源回收管理基金	資源回收管理計畫	369,000	民視文化事業股份有限公司	天下雜誌發行量當月發行12萬本，估計將「資源循環」政策向12萬名讀者進行宣傳。	天下雜誌	
資源循環署	資源循環推動法系列宣傳	資源循環行銷與宣傳專案工作計畫(第一年)	平面媒體	114年11月05日~114年11月05日：1次	循環署綜合規劃組	資源回收管理基金	資源回收管理計畫	281,000	民視文化事業股份有限公司	鏡週刊雜誌發行量當月發行10萬本，估計將「資源循環」政策向10萬名讀者進行宣傳。	鏡週刊	
資源循環署	「照明亮久久，減廢新生活」照明光源汰舊換新推廣活動宣傳	廢乾電池及廢照明光源回收處理策略精進及再生料循環使用推動專案工作計畫(第2年)	網路媒體	114年09月09日~114年10月31日：1次	循環署基金管理會	資源回收管理基金	資源回收管理計畫	500,000	財團法人台灣產業服務基金會	為鼓勵民眾換購LED照明，並強化宣導資源循環與附加減廢、減碳、減電效益等觀念，於活動期間透過社群媒體FB、IG、Google聯播網增加活動曝光並投放廣告，廣告曝光量超過150萬次，活動共汰舊換新LED燈管/燈泡達33萬2,176個、回收燈管/燈泡至少1萬4,164個。	5家連鎖販賣業及4家責任業者經銷門市及社群媒體(FB、IG)廣告、Google廣告	活動期間(114909~1141031)於光南、愛買、家樂福、特力屋、振宇五金、展晟照明、東亞照明、亮博士、樂亮LED門市及社群媒體(FB、IG)廣告、Google廣告連續刊載

環境部主管機關 媒體政策及業務宣導執行情形表

中華民國115年第1季(1月)

單位：元

機關名稱	宣導項目、標題及內容	標案/契約名稱	媒體類型	宣導期程及次數合併	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
環境管理署								697,500				
環境管理署	「環保心舞台如廁新紀元」記者會直播，宣導民眾衛生紙丟馬桶。	「環保心舞台如廁新紀元」直播	網路媒體	115年01月05日~115年01月05日：1次	環管署環境衛生組	公務預算	環境管理	60,000	風紅視達影像有限公司	本署與大安森林公園之友基金會合作於本部門口前人行道，設置六款機能不同的馬桶設備，展現衛生設備在「節水環保」、「高齡友善」與「衛生科技」上不斷突破外，也讓民眾了解衛生紙為什麼可以丟馬桶的原因，宣導衛生紙丟馬桶。	Facebook	
環境管理署	製作土水科普、時事話題、性平宣導、節慶祝賀等宣導圖卡文案之美編設計規劃	114-115年度土壤及地下水宣導業務推廣計畫	網路媒體	114年07月01日~114年12月31日：62次	環管署土污基管會	土壤及地下水污染整治基金	土壤及地下水污染整治計畫	337,500	財團法人台灣產業服務基金會	114年7月1日至12月31日期間，完成製作且發布62則貼文或短影音於Facebook與Instagram社群，瀏覽人數超過3萬、觸及人數超過10萬。	Facebook 及 Instagram	
環境管理署	辦理「勇闖地下城：大地與水源的永恆守護」土水保護線上遊戲學習活動之文宣製作及推播	114-115年度土壤及地下水宣導業務推廣計畫	網路媒體	114年10月28日~114年11月23日：1次	環管署土污基管會	土壤及地下水污染整治基金	土壤及地下水污染整治計畫	300,000	財團法人台灣產業服務基金會	辦理「勇闖地下城：大地與水源的永恆守護」文宣設計及製作共5則(總預告及四檔任務)，第1檔任務期間於Facebook及Instagram投放廣告曝光次數達6.1萬、觸及人數統計達2.2萬，另遊戲平臺統計參與人數達4.7萬人。	Facebook 及 Instagram	

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.「機關名稱」應包含國營事業、基金、財團法人，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.「標案/契約名稱」請填列政府電子採購網之「標案名稱」，倘為小額採購、行政委託及補助案件等無須刊登政府電子採購網者，則以辦理媒體政策及業務宣導相關文件(如契約等)之案名填列。
- 4.「宣導期程」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)。
- 5.「執行單位」係指各機關或國營事業之內部業務承辦單位。
- 6.「預算來源」請查填總預算、○○特別預算、國營事業、非營業特種基金或財團法人預算。
- 7.「預算科目」屬總預算、特別預算及政事型特種基金請填至業務(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)。
- 8.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。