

環境部主管機關（含前瞻特別預算、基金、財團法人） 媒體政策及業務宣導執行情形表

中華民國114年第1季(3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									-			
環境部	本部新聞稿件	中央社訊息服務 平台案	網路 媒體	114年03月01日 ~114年03月31 日：10次	環境部 主任秘 書室	環境 教育 基金	環境 教育 推動 計畫	-	財團法人中央 通訊社	迅速發布本部新聞稿供各界參 閱(3月份共發布 10 件)	中 央 通 訊 社 「 訊 息 服 務 平 台 」	本案金額已於 113年6月揭露 ，配合本部政 策每月刊登新 聞稿。
氣候變遷署									699,750			
氣候變 遷署	辦理「事業應盤查登 錄溫室氣體排放量之 排放源」草案研商會 議現場直播案	114年2月14日辦 理「事業應盤查登 錄溫室氣體排放 量之排放源(草 案)研商會議」現 場直播案	網路 媒體	114年02月14日 ~114年02月14 日：1次	氣候署 排放管 理組	溫室 氣體 管理 基金	因應 氣候 變遷 計畫	99,750	巴傑股份有限 公司	為持續擴大與強化溫室氣體排 放源排放量之管理，本署114年 1月9日預告「事業應盤查登錄 溫室氣體排放量之排放源」草 案，並訂於114年2月14日辦理 草案研商會議，因為涉及對象 眾多，且會議現場座位有限， 同步辦理直播提供各界關心民 眾知悉，以確保完備法制作業 程序。	Youtube	
氣候變 遷署	氣候變遷調適相關文 章	113年國家氣候變 遷調適計畫推動 及策略研析專案 工作	平面 媒體	114年01月02日 ~114年01月03 日：1次	氣候署 調適韌 性組	溫室 氣體 管理 基金	因應 氣候 變遷 計畫	300,000	景丰科技股份 有限公司	本署與余紀忠文教基金會於113 年12月13日假台灣大學管理學 院一號館與行研討論，會中計 有7位產、官、學針對全球推 動永續，更重視自然生態、環 境健康成長的推動，COP29則 強調人與自然間存在的和諧與 互許，會中各界所提建議紀實 登刊。	中國時報	

環境部主管機關（含前瞻特別預算、基金、財團法人） 媒體政策及業務宣導執行情形表

中華民國114年第1季(3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
氣候變遷署	宣導淨零十二項關鍵戰略推動成果	我國淨零轉型執行管理與推動社會對話	網路媒體	113年08月08日~113年08月12日：1次	氣候署國際事務組	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	300,000	財團法人台灣綜合研究院	本署於8月8日至12日配合【2024年亞太永續展】參展活動攤位播放製作影片，並透過現場工作人員解說與民眾互動，增進民眾對我國十二項關鍵戰略政策執行成果及亮點策略之瞭解，以達到政策擴散和宣傳的效果。	參展活動現場展示	
資源循環署								5,444,000				
資源循環署	資源循環績優企業宣傳及產業轉型推廣	資源循環國際合作及宣傳專案工作計畫	平面媒體	113年11月25日~113年11月25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	300,000	民視文化股份有限公司	電子時報刊登全版報導一則，報導「績優企業頒獎典禮」，聚焦介紹8間績優企業金質獎得獎企業，發行量約8萬份。	電子時報	
資源循環署	宣傳以維修取代購買政策	資源循環國際合作及宣傳專案工作計畫	平面媒體	113年11月15日~113年11月15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	300,000	民視文化股份有限公司	常春藤英語學習雜誌露出「國際維修日」課文合作1篇，宣傳綠色設計及維修度，發行量26萬本。	常春藤英語學習雜誌	
資源循環署	資源循環及修改相關政策宣傳	資源循環國際合作及宣傳專案工作計畫	網路媒體	113年12月04日~113年12月04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	418,000	民視文化股份有限公司	安排法客電台播客專訪節目，邀請彭部長接受專訪1集，暢談資源循環與淨零排放、8+N聯盟及循環經濟促進法等政策，達30分鐘，社群粉絲數達22萬、瀏覽及收聽數超過5萬次。	法客電台播客	
資源循環署	與知名KOL合作於Instagram發布貼文宣傳資源回收	113年資源回收整合宣傳專案工作計畫	網路媒體	113年11月25日~113年11月25日：1次	循環署永續消費回收組	資源回收管理基金	資源回收管理計畫	300,000	威肯公共關係顧問股份有限公司	邀請KOL於Instagram發布貼文，配合本署宣傳資源回收相關議題，貼文內容主要呈現盡量減少紙容器使用、做好垃圾分類，以及清、分、疊三步驟做好回收以維持生活整潔，觸及人數達6.4萬人次，成效良好。	Instagram	

環境部主管機關（含前瞻特別預算、基金、財團法人） 媒體政策及業務宣導執行情形表

中華民國114年第1季(3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	於 Instagram 及 Facebook 發布貼文、出席記者會，宣傳旅宿備品相關議題	113年資源回收整合宣傳專案工作計畫	網路媒體	113年11月01日~113年11月01日：1次	循環署永續消費回收組	資源回收管理基金	資源回收管理計畫	500,000	威肯公共關係顧問股份有限公司	邀請KOL於Instagram及Facebook發布貼文、出席本署辦理「旅途中的綠色約定」記者會，宣傳減少使用一次性旅宿備品議題，其貼文觸及人數達101.9萬人次，對於政策宣傳推動卓有成效。	Instagram 及 Facebook	
資源循環署	於平面雜誌刊登廣告，宣傳旅宿備品相關議題	113年資源回收整合宣傳專案工作計畫	平面媒體	113年12月20日~113年12月20日：1次	循環署永續消費回收組	資源回收管理基金	資源回收管理計畫	143,000	威肯公共關係顧問股份有限公司	於知名雜誌《旅人誌》刊登平面廣告，宣傳自114年1月1日起台灣旅宿備品相關公告及規範，因雜誌內容多以旅遊為主題，扣合本署推動政策，可達卓越成效。	旅人誌	
資源循環署	於112年及113年推播手機回收月廣告	112及113年廢電子電器及資訊物品循環策略暨回收推廣交流專案工作計畫	網路媒體	112年10月01日~113年10月31日：6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	483,000	財團法人中華經濟研究院	112年合作業者家數23家，設置約13,500個回收據點，當月(10月)廢手機回收81,244支，較前一年成長11.4%；113年合作業者家數23家，設置約14,300個回收據點，當月(10月)廢手機回收102,710支，較前一年成長26.4%。	Google Dcard Facebook	分別於112年10月和113年10月辦理手機回收月活動，於當月(10月)推播廣告。
資源循環署	零廢棄社會綠色轉型政策	資源循環國際合作及宣傳專案工作計畫	平面媒體	113年11月04日~113年11月04日：1次	循環署綜合規劃組	環境教育基金	環境教育推動計畫	700,000	民視文化股份有限公司	商業周刊專訪彭部長，以「打造零廢棄社會!環境部引領產業綠色轉型」為題，進行專文報導1篇，發行量12萬本。	商業周刊	
資源循環署	資源循環及修法政策	資源循環國際合作及宣傳專案工作計畫	電視媒體	113年12月14日~113年12月14日：1次	循環署綜合規劃組	環境教育基金	環境教育推動計畫	300,000	民視文化股份有限公司	安排《台灣向前行》節目彭部長專訪1次，暢談資源循環與淨零排放、8+N聯盟及循環經濟促進法等政策，露出時間30分鐘，收視率達0.3、觸及30萬人次。	民視	

環境部主管機關（含前瞻特別預算、基金、財團法人） 媒體政策及業務宣導執行情形表

中華民國114年第1季(3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	資源循環宣傳	資源循環國際合作及宣傳專案工作計畫	網路媒體	113年09月26日~113年09月26日：1次	循環署綜合規劃組	環境教育基金	環境教育推動計畫	900,000	民視文化股份有限公司	由知名藝人泐泐拍攝直式即時短影片宣傳「超越圈圈循環經濟展」活動，透過VLOG方式與民眾分享，影片上線於泐泐92.2萬粉絲官方IG，上線當日即創造超過15萬次觀看數成效，吸引粉絲前往逛展，創造超過19.4萬觀看數。	Instagram	
資源循環署	住宿減塑政策	資源循環國際合作及宣傳專案工作計畫	平面媒體	113年12月05日~113年12月05日：1次	循環署綜合規劃組	環境教育基金	環境教育推動計畫	500,000	民視文化股份有限公司	今周刊專訪彭部長，以「從住宿友善環境旅宿減塑永續美好生活」為題，進行專文報導1篇，發行量14萬本。	今周刊	
資源循環署	資源循環商業模式推廣	資源循環國際合作及宣傳專案工作計畫	平面媒體	113年10月28日~113年10月28日：1次	循環署綜合規劃組	環境教育基金	環境教育推動計畫	600,000	民視文化股份有限公司	經濟日報刊登全版報導一則，以「超越圈圈循環經濟展」為主題，報導循環經濟創造新商業模式，發行量30萬份。	經濟日報	
環境管理署								1,240,000				
環境管理署	配合雙語教學的推動，從「健康的食物來自於健康的土壤及地下水」出發，連結生活中的購買行為，設計1篇中英文科普教材。	113年度土壤及地下水宣導業務推廣計畫	平面媒體	113年09月15日~113年10月05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	693,840	財團法人台灣產業服務基金會	已於113年9月15日出版雜誌共21萬冊，並於10月04日~10月05日透過電視、廣播、網路媒體等管道進行推廣露出，以高中程度之英文教材讓民眾在學習英文的同時也能以淺顯易懂的方式了解土壤及地下水相關知識。	空中英語教室	

環境部主管機關（含前瞻特別預算、基金、財團法人） 媒體政策及業務宣導執行情形表

中華民國114年第1季(3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	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，並辦理粉絲互動活動	113年度土壤及地下水宣導業務推廣計畫	網路媒體	113年03月05日~113年11月26日：153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	281,560	財團法人台灣產業服務基金會	113年3月至11月期間，Facebook與Instagram共發布153則貼文，瀏覽人數超過27萬、觸及人數超過18萬；8-9月期間辦理粉絲互動活動共4場次，FB追蹤人數共增加575人，IG追蹤人數共增加274人。	Facebook、Instagram	
環境管理署	社群濾鏡	113年度土壤及地下水宣導業務推廣計畫	網路媒體	113年10月07日~113年10月14日：2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	82,320	財團法人台灣產業服務基金會	以環管署土污基管會代言人-小水滴與泥寶設計製作可愛且具互動性、有基礎調色功能之濾鏡「Hand Heart」，已於10月上架至FB及IG平台，並同步辦理推廣活動1場次，合計超過60人參與活動，並有超過17萬廣告曝光數。	Facebook、Instagram	
環境管理署	土水保護電競賽活動宣傳，包含網路媒體廣告投放，以及計畫相關活動影片製作。	113年度土壤及地下水宣導業務推廣計畫	網路媒體	113年08月26日~113年10月09日：3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	182,280	財團法人台灣產業服務基金會	針對活動投放 Facebook、Instagram、Google聯播網廣告、PaGamO官方FB與官網等，廣告曝光量超過60萬，另製作土水親子環教活動、桌遊入班教學等活動花絮影片。	Facebook、Instagram、Google聯播網	

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。