

# 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

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	宣導成效	刊登或託播對象	備註
環境部								4,673,572				
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	
環境部	空氣品質科教專題推廣	113-114年空氣品質變化成因分析及科教推廣計畫	網路媒體	114年07月01日~114年12月30日：29次	環境部大氣環境司	空氣污染防治基金	空氣污染防治計畫	96,572	麗水策略整合行銷有限公司	可視覺化圖卡精進提升服務，傳遞空氣品質政策成果與相關政策內容，以利民眾了解政策方向及成效。	Facebook	
環境部	空氣品質科教推廣策略，彙整相關資料擬對外論述	113-114年空氣品質變化成因分析及科教推廣計畫	網路媒體	114年01月01日~114年12月30日：12次	環境部大氣環境司	空氣污染防治基金	空氣污染防治計畫	713,292	麗水策略整合行銷有限公司	考量當前多元媒體發展趨勢快速，民眾多依賴網路媒介及社群媒體進行溝通、聯繫，日常生活與網路已密不可分，故經營管理溝通平台(Youtube、Facebook)，增加大眾對於空品議題的關注，進而提升民眾對空品相關知識的認知度及政策支持度。	Facebook、 Youtube	次數為1個月1次

# 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

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	宣導成效	刊登或託播對象	備註
環境部	空氣品質變化成因分析對策研擬及科教專題推廣	113-114年空氣品質變化成因分析及科教推廣計畫	平面媒體	113年09月09日~114年12月30日：4次	環境部大氣環境司	空氣污染防制基金	空氣污染防制計畫	538,912	麗水策略整合行銷有限公司	廣告刊登：針對空氣品質科普辦理規劃行銷媒體宣傳，配合於各式行銷媒體刊登，進行更完整的訊息揭露，提升推廣的深度。	1.台灣新生報 2.2026世界年鑑廣告 3.臺灣時報農民曆 4.Yahoo奇摩網站	
環境部	空氣品質科教專題推廣	113-114年空氣品質變化成因分析及科教推廣計畫	廣播媒體	114年07月01日~114年12月30日：120次	環境部大氣環境司	空氣污染防制基金	空氣污染防制計畫	572,326	麗水策略整合行銷有限公司	每年10月至隔年3月是空污季，且中南部因地形因素，較容易達到橘色等級，故針對中南部地區進行相關空污宣導。	寶島聯播網	次數名稱為檔，總計為120檔
環境部	空氣品質科教推廣及政策溝通	113-114年空氣品質變化成因分析及科教推廣計畫	網路媒體	114年07月01日~114年12月30日：15次	環境部大氣環境司	空氣污染防制基金	空氣污染防制計畫	1,772,331	麗水策略整合行銷有限公司	因應空氣品質議題及輿情回應，溝通材料、製作短影音、科普影片等宣導資料，傳遞正確的空氣品質知識、政策成果與相關政策內容。	Facebook、Youtube、空氣品質改善維護網	
環境部	空氣品質科教專題推廣	113-114年空氣品質變化成因分析及科教推廣計畫	網路媒體	114年07月01日~114年12月30日：111次	環境部大氣環境司	空氣污染防制基金	空氣污染防制計畫	620,139	麗水策略整合行銷有限公司	以視覺化圖卡、圖卡模板及圖卡優化等，傳遞空氣品質政策成果與相關政策內容。	Facebook、Youtube、空氣品質改善維護網	
環境部	「2026地球任務：我們都是守護地球的超人」親子舞臺劇首場演出暨發布記者會	環境教育戲劇推廣專案工作計畫（114年-115年）	網路媒體	115年01月31日~115年01月31日：1次	環境部環境保護司	環境教育基金	環境教育推動計畫	150,000	雲豹國際有限公司	藉以宣傳「2026地球任務：我們都是守護地球的超人」，劇本改編自臺中市、新竹市、新竹縣及南投縣等4縣市之獲獎環境教育繪本。透過戲劇將節能減碳、減塑生活與資源循環等概念轉化為親子共賞的故事，預計全臺巡演12場，總參與人數可達6,000人次。	新頭條等10家媒體	

# 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

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	宣導成效	刊登或託播對象	備註
氣候變遷署								560,000				
氣候變遷署	研習課程錄製成線上課程	氣候變遷教育推廣及地方政府溫室氣體減量執行方案輔導計畫	網路媒體	114年08月18日~114年12月15日：1次	氣候署淨零推動組	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	60,000	財團法人台灣產業服務基金會	本高中教師氣候變遷教育研習課程由環境部部長、專家學者及高中教師共同講授，相關課程影音內容公開於本署青年參與氣候行動供全國高中教師觀看。	本署青年網頁	
氣候變遷署	兒少氣候變遷教育推廣活動	氣候變遷教育推廣及地方政府溫室氣體減量執行方案輔導計畫	網路媒體	114年05月07日~114年06月05日：2次	氣候署淨零推動組	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	200,000	財團法人台灣產業服務基金會	配合本署提升氣候素養並強化行動力，鼓勵兒少親身參與永續行動，辦理2場次氣候變遷教育推廣會議及活動發布網路社群及本部新聞專區，參與人次154人，觸及達7,596人次。	Facebook及本部新聞專區	
氣候變遷署	氣候變遷相關文宣6式	氣候變遷教育推廣及地方政府溫室氣體減量執行方案輔導計畫	網路媒體	114年06月05日~114年12月15日：6次	氣候署淨零推動組	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	180,000	財團法人台灣產業服務基金會	配合本署推動氣候變遷教育相關政策，完成製作平面文宣6則，包含兒少教育推廣、高中教育推廣及本部參與國際會議開設戰情中心發布於Facebook，總觸及人數達36,843人次，互動留言1,593人次。	Facebook	
氣候變遷署	製作2支短影音	氣候變遷教育推廣及地方政府溫室氣體減量執行方案輔導計畫	網路媒體	114年11月07日~114年12月15日：2次	氣候署淨零推動組	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	120,000	財團法人台灣產業服務基金會	完成2支短影音製作（COP30戰情中心、高中生氣候變遷教育課程），整體觀看次數達5,728人次。	Facebook	
資源循環署								2,970,000				
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

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	宣導成效	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
資源循環署	本署LINE@活動訊息張貼宣傳	0800-085717 資源回收免費服務專線專案工作計畫	網路媒體	114年01月01日~114年12月31日：12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	290,000	台灣優勢客服科技股份有限公司	LINE服務統計114年加入好友共2,207位民眾，其中有1,074位民眾使用「一對一專人諮詢服務」。透過LINE平台發送12篇活動訊息，總發送量達19萬9,716則。	LINE	

# 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

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	宣導成效	刊登或託播對象	備註
資源循環署	資源循環年度核心議題宣傳	114年環境部資源循環署永續愛地球政策宣導行銷案	網路媒體	114年12月22日~114年12月30日：4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	雅虎數位行銷股份有限公司	以YAHOO!「永續愛地球」專輯，跨版位整合行銷及多元媒體曝光，提升資源循環政策之公眾觸及率與認知。達成：專題頁觀看人次達667,075人次，廣告曝光量達663,459次，並透過社群導流觸及36,671人次。深化民眾對廚餘分類、光電板回收、自備環保杯折扣及資源循環創新等核心議題之理解。	YAHOO! 網路平台	
資源循環署	資源循環年度核心議題宣傳	114年環境部資源循環署永續愛地球政策宣導行銷案	網路媒體	114年12月22日~114年12月30日：4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	80,000	雅虎數位行銷股份有限公司	以YAHOO!「永續愛地球」專輯，跨版位整合行銷及多元媒體曝光，提升資源循環政策之公眾觸及率與認知。達成：專題頁觀看人次達667,075人次，廣告曝光量達663,459次，並透過社群導流觸及36,671人次。深化民眾對廚餘分類、光電板回收、自備環保杯折扣及資源循環創新等核心議題之理解。	YAHOO! 網路平台	
<b>化學物質管理署</b>								426,000				
化學物質管理署	安全用環境用藥「4要」、環境用藥廣告有「3不」及認識及尋找合法的病媒防治業等環藥觀念宣導	114年環境用藥管理及許可證審查計畫	廣播媒體	114年11月01日~114年11月29日：10次	化學署危害控制組	環境教育基金	環境教育推動計畫	20,000	環化有限公司	藉由安全用環境用藥「4要」、環境用藥廣告有「3不」及認識及尋找合法的病媒防治業等廣播播放，向民眾宣導安全正確使用環境用藥資訊與規定。	正聲廣播電臺	
化學物質管理署	安全用環境用藥「4要」、環境用藥廣告有「3不」及認識及尋找合法的病媒防治業等環藥觀念宣導	114年環境用藥管理及許可證審查計畫	廣播媒體	114年08月11日~114年11月08日：90次	化學署危害控制組	環境教育基金	環境教育推動計畫	60,000	環化有限公司	藉由安全用環境用藥「4要」、環境用藥廣告有「3不」及認識及尋找合法的病媒防治業等廣播播放，向民眾宣導正確環境用藥資訊與規定。	內政部警政署警察廣播電臺	

# 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

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	宣導成效	刊登或託播對象	備註
化學物質管理署	安全用環境用藥「4要」、環境用藥廣告有「3不」及認識及尋找合法的病媒防治業等環藥觀念宣導	114年環境用藥管理及許可證審查計畫	廣播媒體	114年07月01日~114年10月31日：148次	化學署危害控制組	環境教育基金	環境教育推動計畫	66,000	環化有限公司	藉由安全用環境用藥「4要」、環境用藥廣告有「3不」及認識及尋找合法的病媒防治業等廣播播放，向民眾宣導安全正確使用環境用藥資訊與規定。	正聲廣播電臺	
化學物質管理署	安全用環境用藥「4要」及非農地環境雜草友善管理	114年環境用藥管理及許可證審查計畫	平面媒體	114年08月01日~114年09月30日：2次	化學署危害控制組	環境教育基金	環境教育推動計畫	100,000	環化有限公司	藉由讀者雜誌兩個月刊登安全用環境用藥「4要」與非農地環境雜草友善管理之雜誌廣告2篇，宣導正確安全使用環境用藥及非農地環境雜草維護規定與觀念。	讀者雜誌	
化學物質管理署	環境用藥（居家殺蟲劑）有撇步，4要3不原則記心頭；以及蟻類騷擾農業環境，化學署提醒三不則	114年環境用藥管理及許可證審查計畫	網路媒體	114年08月06日~114年08月12日：2次	化學署危害控制組	環境教育基金	環境教育推動計畫	80,000	環化有限公司	藉由台灣醒報透過網路媒體刊登環境用藥（居家殺蟲劑）有撇步，4要3不原則記心頭；以及蟻類騷擾農業環境，化學署提醒三不則之環境用藥宣導之觀念。	台灣醒報	
化學物質管理署	安全使用環境用藥觀念	114年環境用藥管理及許可證審查計畫	網路媒體	114年10月28日~114年11月08日：1次	化學署危害控制組	環境教育基金	環境教育推動計畫	100,000	環化有限公司	藉由上報透過網路媒體刊登安全使用環境用藥觀念之正確觀念。	上報	
<b>環境管理署</b>								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

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	宣導成效	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	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。