

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3季(9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								3,955,038				
環境部	「課堂裡的淨零綠生活」。圍繞兩位老師如何運用環境部淨零綠生活教學資源進行環境教育，並分享教師在推動此議題時的經驗、亮點、挑戰與解決方法。	114年校園淨零綠生活認知養成及行動專案工作計畫	網路 媒體	114年10月15日 ~115年10月15日：1次	環境部 綜合規劃司	公務 預算	綜合 企劃 及管 制考 核	346,500	深得行銷股份有限公司	一、擴大淨零綠生活教育影響力：預期透過翻轉教育Podcast的聽眾基礎，提升淨零綠生活教育資源在全臺教師的普及率與應用意願。 二、深化知識轉譯成效：藉由具經驗的教育媒體可平台，將淨零綠生活的專業知識轉化為大眾易於理解的語言。 三、累積優質影音內容：產出具教育價值且可重複利用的音頻內容，豐富淨零綠生活。	親子天下-翻轉教育Podcast	
環境部	刊登淨水永續獎執行成果廣告暨本司廢污水綠色轉型政策宣傳	環境部於「天下雜誌股份有限公司」出刊之「天下雜誌」刊登淨水永續獎執行成果廣告案	網路 媒體	114年08月06日 ~114年09月02日：1次	環境部 水質保護司	公務 預算	水質 保護	30,000	天下雜誌股份有限公司	天下雜誌發1則平面廣編及2則數位廣編，透過廣告肯定「淨水永續獎」獲獎廠商企業在廢水處理採行能、資源化與低碳智慧管理技術之努力，及鼓勵業者廢水處理時能同步節能創能的施政目標。數位廣編實際效益為文章瀏覽數達9千餘人。	天下雜誌網站	依其報價單平面廣編及數位廣編金額佔總額比例，以七分之三估列數位廣編費用為6萬。(此列3萬)
環境部	刊登淨水永續獎執行成果廣告暨本司廢污水綠色轉型政策宣傳	環境部於「天下雜誌股份有限公司」出刊之「天下雜誌」刊登淨水永續獎執行成果廣告案	平面 媒體	114年08月06日 ~114年09月02日：1次	環境部 水質保護司	公務 預算	水質 保護	90,000	天下雜誌股份有限公司	天下雜誌發1則平面廣編及2則數位廣編，透過廣告肯定「淨水永續獎」獲獎廠商企業在廢水處理採行能、資源化與低碳智慧管理技術之努力，及鼓勵業者廢水處理時能同步節能創能的施政目標。數位廣編實際效益為文章瀏覽數達9千餘人。	天下雜誌	依其報價單平面廣編及數位廣編金額佔總額比例，以七分之四估列平面廣編費用為9萬。

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3季(9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	刊登淨水永續獎執行成果廣告暨本司廢污水綠色轉型政策宣傳	環境部於「天下雜誌股份有限公司」出刊之「天下雜誌」刊登淨水永續獎執行成果廣告案	網路媒體	114年08月06日~114年09月02日：1次	環境部水質保護司	水污染防治基金	水污染防治計畫	30,000	天下雜誌股份有限公司	天下雜誌發1則平面廣編及2則數位廣編，透過廣告肯定「淨水永續獎」獲獎廠商企業在廢水處理採行能、資源化與低碳智慧管理技術之努力，及鼓勵業者廢水處理時能同步節能創能的施政目標。數位廣編實際效益為文章瀏覽數達9千餘人。	CSR 天下雜誌網站	依其報價單平面廣編及數位廣編金額佔總額比例，以七分之三估列數位廣編費用為6萬。(此列3萬)
環境部	製作中、英文環境影響評估或環境教育科普知識課文教材	114年環境保護議題分析及科教推廣計畫	平面媒體	114年08月20日~114年08月20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	720,000	深得行銷股份有限公司	結合運動賽事與環保議題，在語言學習中帶入生活化主題，以淺移默化的形式將環保體育賽事概念帶入讀者學習歷程，提升此項議題在不同族群中之關注及理解程度，作為後續推動相關政策之力量。	空中英語教室	
環境部	環境部參與「嗨！營業中」節目錄製	114年環境保護議題分析及科教推廣計畫	網路媒體	114年05月17日~114年05月17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	750,000	深得行銷股份有限公司	「嗨！營業中」係由明星藝人挑戰「餐廳經營」之實境節目。環境部長官於用餐過程中與主持人(藝人)自然互動，交流談話帶出「惜食行動」、「環保餐廳」、「旅宿業一次性用品限制使用」等3大置入重點，期望藉此傳遞環境保護理念給予觀眾。	好看娛樂	
環境部	2025地球日活動影音報導	114年環境保護議題分析及科教推廣計畫	網路媒體	114年04月25日~114年04月25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	330,000	深得行銷股份有限公司	透過報導讓民眾知悉環境部響應2025年地球日於4月20日攜手臺北市政府及佛教慈濟基金會在大安森林公園舉辦「綠能行動愛地球×蔬食無痕家庭日」活動。透過親子體驗、蔬食市集、綠能互動等多元活動，鼓勵全民落實低碳生活。	TVBS	

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3季(9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	空污來源爭議澄清	114年環境保護議題分析及科教推廣計畫	網路媒體	114年05月28日~114年05月28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	363,000	深得行銷股份有限公司	藉由主流媒體針對空污來源之爭議，聚焦於誤解及事實說明，再次重申空污議題之核心問題及部長論述之原意，加強民眾對此議題之正確認知。	三立新聞網	
環境部	2025地球日及世界環境日活動報導	114年環境保護議題分析及科教推廣計畫	平面媒體	114年04月21日~114年06月08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	120,000	深得行銷股份有限公司	環境部響應國際環境節日，針對地球日及世界環境日以公私協力方式並邀集各地方政府共同舉辦活動，邀請民眾參與，共同實踐永續行動。	民眾日報	
環境部	第3屆首惜廚師甄選活動徵件宣傳	114年環境保護議題分析及科教推廣計畫	平面媒體	114年05月12日~114年05月12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	60,000	深得行銷股份有限公司	讓全國民眾知悉環境部辦理第3屆首惜廚師甄選活動，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。	臺灣時報	
環境部	環評及環境教育政策或議題短影音製作	114年環境保護議題分析及科教推廣計畫	網路媒體	114年01月17日~114年08月31日：12次	環境部環境保護司	環境教育基金	環境教育推動計畫	755,540	深得行銷股份有限公司	運用短影音方式說明環境保護(環評及環境教育)政策，以有效觸及公眾，使其認識和瞭解，進而支持環境政策或於生活中落實環境友善行動。	環境部Facebook及Youtube	
環境部	地球日主題活動	114年環境節日推廣及活動專案工作計畫	網路媒體	114年04月16日~114年04月19日：1005056次	環境部環境保護司	環境教育基金	環境教育推動計畫	59,998	新視紀整合行銷傳播股份有限公司	為引導民眾走入自然、體驗綠生活，於114年4月20日在臺北市大安森林公園露天音樂臺舉辦2025地球日「綠能行動愛地球×蔬食無痕家庭日」活動，結合地球日主題，現場吸引890人參與「綠能行動闖關」活動，並透過LINE@加碼抽活動參與抽獎人數達3,638人次。	Facebook、Instagram 貼文廣告	

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3季(9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	世界環境日活動	114年環境節日推廣及活動專案工作計畫	網路媒體	114年05月31日~114年06月06日：1004454次	環境部環境保護司	環境教育基金	環境教育推動計畫	60,000	新視紀整合行銷傳播股份有限公司	因應世界環境日「終結塑膠污染」主題，於114年6月7日在臺中市文心森林公園舉辦2025世界環境日「減塑生活」親子園遊會。活動以寓教於樂的園遊會形式，傳達塑膠污染之危害，並藉由親子參與將「減塑愛地球」概念向下扎根。活動期間，線上及實體共計有2,088人次參與。	Facebook、Instagram 貼文廣告	
環境部	環境教育網路活動	114年環境節日推廣及活動專案工作計畫	網路媒體	114年04月01日~114年06月20日：2641308次	環境部環境保護司	環境教育基金	環境教育推動計畫	240,000	新視紀整合行銷傳播股份有限公司	為有效宣傳政府政策與提升全民環境素養，結合環境節日主題，以「減塑減碳綠行動」為主題，自114年4月1日起至7月31日中午12時止辦理線上環境教育活動。活動共分三階段進行，最終累計完成綠行動任務達4,917件，展現全民參與推動永續行動的成果。	GOOGLE 多媒體聯播網	
氣候變遷署								448,000				
氣候變遷署	氣候變遷教育及相關政策推廣	氣候變遷教育推廣及地方減量輔導專案計畫	網路媒體	114年04月22日~114年06月30日：2591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	340,000	財團法人台灣產業服務基金會	製作「西遊臺灣水淹成龍」氣候變遷調適教育推廣影片中文版1支，傳遞氣候變遷教育推廣及政策成果等相關內容。	Facebook、Youtube、本署全球資訊網	

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3季(9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	辦理抗高溫調適行動展短影音宣傳	114年推動抗高溫行動工作計畫	網路媒體	114年07月25日~114年07月27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	10,000	社團法人臺灣防災產業協會	透過抗高溫策略聯盟成立及高溫調適行動策展活動等方式，推動抗高溫調適，整合資源、提升各界抗高溫能力，促進產官學研共創解決方案，加速適應氣候挑戰，建立可持續、韌性的社會環境。公私協力的創意無限，落實到民眾實際的生活方式，建立抗高溫商業模式，對抗氣候變遷才能永續。	Facebook	
氣候變遷署	刊登「抗高溫行動展」及「氣候行動與青年同行」廣告案	民眾日報辦理「抗高溫調適行動策展」廣告刊登	平面媒體	114年07月26日~114年08月28日：2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	98,000	民眾傳播事業有限公司	廣告刊登(2則)：針對抗高溫調適行動展及推廣青年參與氣候行動系列活動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。	民眾日報	
資源循環署								950,000				
資源循環署	亞太循環經濟論壇暨熱點_民視政策演進	2025亞太循環經濟論壇暨熱點專案工作計畫	網路媒體	114年08月21日~114年08月31日：1192998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	410,000	滙集國際股份有限公司	邀集來自20餘國逾400位代表和逾90位講者參與，並邀集國內大型企業如台積電、101大樓、塑膠中心、遠東新世紀、家樂福等在各領域致力於循環利用的代表共襄盛舉，係我國與歐洲Hotspot平台首次合辦，具重要政策意涵與國際合作價值，為增加曝光度並鼓勵各界踴躍參與。	Youtube	

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3季(9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	114年度「資源回收源頭減量廣播宣導工作計畫」	114年度廢機動車輛妥善合法回收等廣播宣導工作計畫	廣播媒體	114年07月01日~114年08月31日：310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	250,000	內政部警政署警察廣播電臺	本計畫效益如下： 1.宣導民眾汰換家中傳統照明選購LED燈，並妥善回收落實源頭減少垃圾產生量。 2.搭配七月份汽燃費開徵期間加強宣導民眾廢車應循合法管道妥善回收立即停止汽燃費累計。 3.宣導旅宿業者自114年1月1日起不主動提供個人衛生用品，落實源頭減少垃圾產生量。 4.加強宣導「減量里程碑許願池」專區議題。	內政部警政署警察廣播電臺	次數說明：劇化廣播310檔次 播出形式：劇化插播
資源循環署	亞太循環經濟論壇暨熱點民視政策演進	2025亞太循環經濟論壇暨熱點專案工作計畫	網路媒體	114年08月21日~114年08月31日：1192998次	循環署綜合規劃組	環境教育基金	環境教育推動計畫	290,000	匯集國際股份有限公司	邀集來自20餘國逾400位代表和逾90位講者參與，並邀集國內大型企業如台積電、101大樓、塑膠中心、遠東新世紀、家樂福等在各領域致力於循環利用的代表共襄盛舉，係我國與歐洲Hotspot平台首次合辦，具重要政策意涵與國際合作價值，為增加曝光度並鼓勵各界踴躍參與。	Youtube	

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。