

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2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	預期效益	刊登或 託播對象	備註
環境部								439,000				
環境部	第4屆環保青年領袖甄選活動	113年臺美環境教育合作與交流暨亞太中心營運專案工作計畫（113-114年）	網路媒體	114年09月30日~114年11月30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	150,000	邑沅有限公司	為提升「第4屆環保青年領袖甄選活動」之社會能見度，並吸引更多青年瞭解與參與，媒體宣傳運用網路媒體與社群平台進行宣傳露出。	Dcard, Facebook	
環境部	辦理2場結合地方資源與大型節慶之活動推廣淨零綠生活目標計畫	115-116年淨零綠生活多元溝通推廣第1年(2年計畫)專案工作計畫	網路媒體	115年04月28日~115年06月30日：20次	環境部綜合規劃司	環境教育基金	環境教育推動計畫	289,000	泛科知識股份有限公司	因應「淨零綠生活」推動目標,辦理2結合地方資源與大型節慶之活動並於Facebook進行宣傳，包含西門町「食妖陰陽師×西門綠食淨化任務」、大稻埕「國際藝術節」，推動在地永續行動與民眾參與，曝光次數20萬人次曝光、觸及人次10萬人次。	Facebook	
氣候變遷署								300,000				
氣候變遷署	氣候變遷調適政策推廣活動	114年推動我國氣候變遷調適行動計畫及策略研析專案工作	平面媒體	115年02月25日~115年02月25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115年1月28日假台灣大學管理學院一號館共同舉辦「極端氣候下的國土規劃挑戰」研討會，會議邀集中央部會、地方政府、學界及相關專業團體代表，從科學實證與治理經驗出發，探討極端氣候情境下國土治理所面臨的挑戰與轉型方向。會中各界所提建議紀實登刊。	中國時報	

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2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	預期效益	刊登或 託播對象	備註
資源循環署									257,500			
資源循環署	製作包裝減量政策圖卡文宣並進行宣導	114年度推動包裝減量計畫	網路媒體	114年07月16日 ~114年07月30日：2次	循環署永續消費回收組	公務預算	資源循環及廢棄物管理	60,000	信安工程顧問股份有限公司	配合本署推動包裝減量政策，鼓勵民眾選購包裝少之禮盒、支持取得網購包裝減量標誌之電商及選用循環包裝出貨，針對「包裝減量」政策措施進行宣導，設計相關文宣資料於本署Facebook露出，期使民眾對於包裝減量政策資訊更為熟悉，對於推動政策卓有成效。	Facebook	
資源循環署	本署LINE@活動訊息張貼宣傳	115年廢機動車輛回收獎勵金審核暨 0800-085717 資源回收免費服務專線專案工作計畫	網路媒體	115年01月01日 ~115年03月31日：4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	197,500	台灣優勢科技股份有限公司	LINE服務統計115年1月至3月加入好友共413位民眾，其中有259位民眾使用「一對一專人諮詢服務」。透過LINE平台發送4篇活動訊息，總發送量達6萬8,439則。	LINE	
環境管理署									791,260			
環境管理署	辦理「一馬當先護家園春節大掃除」記者會直播，說明春節期間環境整理整頓重點。	春節大掃除記者會直播	網路媒體	115年01月27日 ~115年01月27日：1次	環管署環境衛生組	公務預算	環境管理	53,760	風紅視達影像有限公司	本次記者會由本署與化學署合作辦理，會中主軸係說明春節期間環境整理整頓重點，並由化學署邀請國立台灣大學昆蟲學系徐爾烈名譽教授說明「居家防鼠全攻略：知己知彼百戰百勝」，本署邀請彭婉如文教基金會清掃達人現場進行「居家清潔、清掃示範及注意事項」。記者會中以具體、易懂且具畫面感的行動，提升民眾理解度及效益。	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2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	預期效益	刊登或託播對象	備註
環境管理署	114年全國模範清潔隊員表揚影片	114年度清潔隊員職業安全衛生推動示範計畫	網路媒體	114年10月15日~114年10月15日：1次	環管署環境衛生組	公務預算	環境管理	100,000	中信學校財團法人中信金融管理學院	為展現第一線清潔隊員的付出，製作「114年全國模範清潔隊員」頒獎典禮影片，並於114年10月15日舉辦表揚典禮，誠摯邀請大家共襄盛舉，一起為辛勞的夥伴送上掌聲與鼓勵。	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	115年01月01日~115年06月19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	237,500	財團法人台灣產業服務基金會	115年1月1日至6月19日期間，完成製作且發布62則貼文或短影音於Facebook與Instagram社群，累積瀏覽人數超過95萬、觸及人數超過39萬。	Facebook 及 Instagram	
環境管理署	辦理「地底有秘密：土壤及地下水特展與技術論壇」及「綠活探險月」	114-115年度土壤及地下水宣導業務推廣計畫	網路媒體	115年01月01日~115年06月19日：34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	200,000	財團法人台灣產業服務基金會	辦理「地底有秘密：土壤及地下水特展與技術論壇」活動之文宣設計及製作至少30則，辦理「綠活探險月」活動之文宣設計及製作至少4則，於Facebook及Instagram瀏覽次數達42.8萬、觸及人數統計達23.3萬。	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」活動	114-115年度土壤及地下水宣導業務推廣計畫	網路媒體	115年01月01日~115年06月19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	200,000	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」活動共4檔任務，任務期間於Facebook及Instagram投放廣告曝光次數達61.3萬、觸及人數達22.7萬，另遊戲平臺統計參與人數統計達20.7萬人。	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。