

**環境部主管機關**  
**媒體政策及業務宣導預算分析報告**  
 中華民國114年

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	國家企業環保獎形象 影片	第6屆國家企業環 保獎專案工作計 畫	網路 媒體	113年09月06日 ~113年11月29 日：1次	環境部 綜合規 劃司	溫室 氣體 管理 基金	因應 氣候 變遷 計畫	18,052,920	50,000	豐錚環境科技 管理股份有限 公司	於第6屆國家企業環保獎頒獎典 禮撥放，另置於國家企業環保獎 網站，供民眾瀏覽觀看，以塑造 國家企業環保獎形象。	國家企業環 保獎網 站、 Youtube	
環境部	空氣品質科教專題推 廣	113年空氣品質變 化成因分析及科 教推廣計畫	廣播 媒體	113年09月09日 ~113年12月31 日：60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	256,473	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		
環境部	空氣品質科教專題推 廣	113年空氣品質變 化成因分析及科 教推廣計畫	網路 媒體	113年09月09日 ~113年12月31 日：26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	157,779	麗水策略整合 行銷有限公司	以視覺化圖卡（15則）、圖卡模 板（1式）、圖卡優化(8則)、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	空氣品質科教推廣策 略，彙整相關資料研 擬對外論述	113年空氣品質變 化成因分析及科 教推廣計畫	網路 媒體	113年09月09日 ~113年12月31 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	210,091	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		
環境部	空氣品質科教推廣及 政策溝通	113年空氣品質變 化成因分析及科 教推廣計畫	網路 媒體	113年09月09日 ~113年12月31 日：5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	575,657	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， 製作短影音(1則)、科普影片(2 則)、溝通材料(2式)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年空氣品質變 化成因分析及科 教推廣計畫	網路 媒體	113年09月09日 ~113年12月31 日：12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	37,500	麗水策略整合 行銷有限公司	製作視覺化圖卡（12則），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 、 Youtube 、 LINE@		
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01月01日 ~114年01月31 日：2 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 (1月份共發布 2 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。	

**環境部主管機關**  
**媒體政策及業務宣導預算分析報告**  
 中華民國114年

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	宣傳推動環境面永續發展	113年永續發展目標及企業永續推動整合計畫	網路媒體	113年06月01日~113年11月30日：1次	環境部綜合規劃司	環境教育基金	環境教育推動計畫	800,000	財團法人台灣經濟研究院	因應全球永續發展趨勢，強化公眾認知，製作5張圖卡，1部影片，以利宣傳推動環境面永續發展。	民眾	
環境部	宣傳推動環境面永續發展	113年永續發展目標及企業永續推動整合計畫	網路媒體	113年06月01日~113年11月30日：10次	環境部綜合規劃司	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	921,474	財團法人台灣經濟研究院	因應全球永續發展趨勢，強化公眾認知，4首淨零主題歌曲強化宣傳。	民眾	
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02月01日~114年02月28日：9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(2月份共發布9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。
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。
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04月01日~114年04月30日：7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(4月份共發布7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。
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05月01日~114年05月31日：9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(5月份共發布9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。
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06月01日~114年06月19日：7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(6月份共發布7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。
環境部	宣導淨零綠生活	113-114年淨零綠生活場域創新轉型專案工作計畫	網路媒體	113年10月08日~115年04月30日：30次	環境部綜合規劃司	公務預算	綜合企劃及管制考核	28,800	晶淨科技股份有限公司	宣傳淨零綠生活意涵及具體行動作法，強化民眾淨零轉型認知，落實減碳綠生活行為。	Facebook、國道服務區	
環境部	空氣品質科教推廣及政策溝通	113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06月30日：8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	624,315	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，製作短影音(4則)、科普影片(3則)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	

**環境部主管機關**  
**媒體政策及業務宣導預算分析報告**  
 中華民國114年

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	空氣品質科教專題推廣	113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03月31日：60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	256,473	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	
環境部	空氣品質科教專題推廣	113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06月30日：27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	222,640	麗水策略整合行銷有限公司	以視覺化圖卡(25則)、圖卡模板(2式)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	製作5張綠色辦公5大指標措施節能減碳效益圖卡於Facebook露出	114年推動企業及團體參與淨零綠生活專案工作計畫	網路媒體	114年06月01日~114年11月20日：1次	環境部綜合規劃司	公務預算	綜合企劃及管制考核	34,650	定林環保顧問股份有限公司	製作5張綠色辦公5大指標措施節能減碳效益圖卡於Facebook露出，使大眾瞭解綠生活不止於生活中，於上班時間也能響應淨零綠生活	Facebook	
環境部	「淨零綠生活大聯盟」4場論壇	113-114年環境部淨零綠生活大聯盟推動計畫	網路媒體	114年02月01日~114年07月31日：8次	環境部綜合規劃司	公務預算	綜合企劃及管制考核	18,000	台北市電腦商業同業公會	宣傳「淨零綠生活大聯盟」4場論壇，深入探討各項淨零綠生活議題及如何因應未來趨勢，針對各種淨零轉型經驗、遭遇之問題以及解決方案進行成果分享，促進淨零綠生活大聯盟成員交流。	淨零綠生活資訊平臺、Facebook	
環境部	宣導淨零綠生活	113-114年淨零綠生活場域創新轉型專案工作計畫	網路媒體	113年10月08日~115年04月30日：30次	環境部綜合規劃司	公務預算	綜合企劃及管制考核	259,200	晶淨科技股份有限公司	宣傳淨零綠生活意涵及具體行動作法，強化民眾淨零轉型認知，落實減碳綠生活行為。	Facebook、國道服務區	
環境部	優化本部環保政策社群圖卡84件	114-115年環境部社群媒體經營及創意行銷專案計畫	網路媒體	114年01月10日~114年06月30日：84次	環境部主任秘書室	資源回收管理基金	資源回收管理計畫	485,100	貝殼放大股份有限公司	完成84則社群圖卡與文案優化，有效提升政策訊息於社群平台之可讀性與傳遞一致性，強化對外溝通品質。	Facebook、Instagram、Threads	
環境部	環保政策社群原生貼文製作25件	114-115年環境部社群媒體經營及創意行銷專案計畫	網路媒體	114年01月10日~114年06月30日：25次	環境部主任秘書室	資源回收管理基金	資源回收管理計畫	433,125	貝殼放大股份有限公司	完成本部環保政策社群原生貼文製作25則，有助提升政策訊息之可讀性與擴散效益，強化社群互動與民眾溝通成效。	Facebook、Instagram、Threads	
環境部	強化環保政策社群露出及提升曝光度	114-115年環境部社群媒體經營及創意行銷專案計畫	網路媒體	114年01月10日~114年06月30日：25次	環境部主任秘書室	資源回收管理基金	資源回收管理計畫	77,920	貝殼放大股份有限公司	透過社群廣告精準投放，強化政策訊息之目標觸及效益，提升特定族群之關注度與參與度，並有效擴大政策議題於社群平台之能見度與討論度。	Facebook	

**環境部主管機關**  
**媒體政策及業務宣導預算分析報告**  
 中華民國114年

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	社群廣告投放	114-115年環境部 社群媒體經營及 創意行銷專案計 畫	網路 媒體	114年01月01日 ~114年06月30 日：8次	環境部 主任秘 書室	環境 教育 基金	環境 教育 推動 計畫	40,000	貝殼放大股份 有限公司	透過社群廣告精準投放，強化政 策訊息之目標觸及效益，提升特 定族群之關注度與參與度，並有 效擴大政策議題於社群平台之能 見度與討論度。	Facebook	
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 成果廣告暨本公司廢污 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 成果廣告暨本公司廢污 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**  
**媒體政策及業務宣導預算分析報告**  
 中華民國114年

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	刊登淨水永續獎執行成果廣告暨本公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**  
**媒體政策及業務宣導預算分析報告**  
 中華民國114年

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**  
**媒體政策及業務宣導預算分析報告**  
 中華民國114年

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	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	
環境部	辦理3場結合地方資源與大型節慶之活動推廣淨零綠生活目標	113-114年淨零綠生活多元溝通推廣專案工作計畫	網路媒體	114年01月01日 ~114年11月20日：25次	環境部綜合規劃司	公務預算	綜合企劃及管制考核	142,850	深得行銷股份有限公司	因應「淨零綠生活」推動目標，辦理3場結合地方資源與大型節慶之活動並於本部Facebook進行宣傳，包含苗栗苑裡「海洋四部曲」、桃園大溪「Green Lifestyle GO!」、臺北大稻埕「藝埕漫遊」，推動在地永續行動與民眾參與，觸及人數20萬人。	Facebook	
環境部	宣導「畜牧糞尿資源化利用」議題	畜牧糞尿資源化利用刊登「新生報」報導	平面媒體	114年12月12日 ~114年12月12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	62,000	台灣新生報業股份有限公司	本次預計於宣導畜牧糞尿資源化及廢水處理良好典範作為、法規年限等議題，以新聞報導宣傳政府施政作為及反映輿情供政府機關施政參考，善盡政府與民眾溝通的橋樑，於新生報刊登施政成果宣導，可加深民眾對環境部之良好印象及支持施政作為。	台灣新生報	

**環境部主管機關**  
**媒體政策及業務宣導預算分析報告**  
 中華民國114年

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	永續計畫相關媒體宣傳	114年永續發展目標及企業永續推動整合計畫	網路媒體	114年02月06日~114年12月08日：15次	環境部綜合規劃司	環境教育基金	環境教育推動計畫	733,000	財團法人台灣經濟研究院	透過整合四單位參與「2025亞太永續博覽會」，以統一視覺與多元內容提升政策能見度，並結合直播與影音強化永續議題的傳播力道。同時辦理「2025國際企業論壇」，協助產業掌握全球低碳趨勢並提前因應綠色貿易要求；另以亮點場域參訪促進中央、地方及公私部門交流，深化永續合作並強化政策推動綜效。	Facebook	
環境部	辦理3場結合地方資源與大型節慶之活動推廣淨零綠生活目標	113-114年淨零綠生活多元溝通推廣專案工作計畫	網路媒體	114年01月01日~114年11月20日：25次	環境部綜合規劃司	環境教育基金	環境教育推動計畫	319,000	深得行銷股份有限公司	因應「淨零綠生活」推動目標，辦理3場結合地方資源與大型節慶之活動並於本部Facebook進行宣傳，包含苗栗苑裡「海洋四部曲」、桃園大溪「Green Lifestyle GO!」、臺北大稻埕「藝埕漫遊」，推動在地永續行動與民眾參與，觸及人數20萬人。	Facebook	
環境部	推廣旅宿備品自己帶、宣傳環保綠點折抵新制及環境部LINE@2.0新功能	114年環境保護議題分析及科教推廣計畫	網路媒體	114年07月26日~114年07月27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	174,460	深得行銷股份有限公司	運用海洋音樂祭活動現場廣告版位宣導旅宿減塑行動、綠點生活倡導、LINE@2.0新功能政策加值整合。	2025 貢寮海洋音樂祭	
環境部	宣導惜食理念及行動	114年環境保護議題分析及科教推廣計畫	網路媒體	114年09月12日~114年12月10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	400,000	深得行銷股份有限公司	藉由料理KOL的節目，宣導惜食理念與行動、減少廚餘及剩食的料理方式。	克里斯餐桌頻道	
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09月01日~114年12月10日：6次	環境部環境保護司	環境教育基金	環境教育推動計畫	630,000	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。	Facebook、Youtube	
環境部	生態學校影片製作	114年環境保護議題分析及科教推廣計畫	網路媒體	114年12月09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	170,000	深得行銷股份有限公司	運用影片方式介紹臺美生態學校之2所綠旗學校，讓民眾知悉生態學校的精神、理念及推動意義。	Facebook、Youtube、生態學校網站	

**環境部主管機關**  
**媒體政策及業務宣導預算分析報告**  
 中華民國114年

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	114年全國環保志(義) 工群英會活動報導	114年全國環保志 (義)工群英會專案工作計畫	網路 媒體	114年11月01日 ~114年11月01 日：100000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	新視紀整合行銷傳播股份有限公司	藉由宣傳環保志(義)工年度盛會，將環境部重要政策及環保知識正確地傳達給環保志(義)工，鼓勵環保志(義)工激發其關懷環境的熱情與活力，將環保的理念傳播到每一個社區中。	中央社	
環境部	114年全國環保志(義) 工群英會活動報導	114年全國環保志 (義)工群英會專案工作計畫	網路 媒體	114年11月01日 ~114年11月01 日：100000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	新視紀整合行銷傳播股份有限公司	藉由宣傳環保志(義)工年度盛會，將環境部重要政策及環保知識正確地傳達給環保志(義)工，鼓勵環保志(義)工激發其關懷環境的熱情與活力，將環保的理念傳播到每一個社區中。	聯合報	
環境部	環境知識競賽決賽頒獎典禮	114年環境知識競賽決賽專案工作計畫	電視 媒體	114年11月16日 ~114年11月16 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	144,375	長慧環境科技有限公司	透過新聞、影音平台報導，能讓原本只限於參賽者的知識，擴散到更廣大的社會大眾。看到得獎者被報導，能激發學生對環境議題的興趣與榮譽感，形成正向學習循環。	中視電視事業股份有限公司	
環境部	「2024-2025環境關懷友善設計競賽」頒獎典禮預告+巡迴展宣傳	113-114年環境關懷設計競賽暨推廣惜食行動專案工作計畫	網路 媒體	114年06月12日 ~114年06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	10,000	台灣設計跨界交流協會	預告頒獎典禮及作品巡迴展，邀請民眾、社會各界一同參與，增加獲獎作品之曝光，以提升社會大眾對環境關懷設計與永續議題之關注。	中央社	
環境部	「水溝也能發電，邊洗澡邊省水，環境關懷友善設計競賽作品創意又實用」	113-114年環境關懷設計競賽暨推廣惜食行動專案工作計畫	網路 媒體	114年06月14日 ~114年06月14 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	20,000	台灣設計跨界交流協會	透過公布競賽得獎成果與媒體宣傳，提升社會大眾對環境關懷設計與永續議題之關注。同時預告北中南巡迴展覽與人氣票選活動，累積全民對永續行動之認同與支持。	台灣民眾電子報	

**環境部主管機關**  
**媒體政策及業務宣導預算分析報告**  
 中華民國114年

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	設計接軌淨零行動環境部推動綠色創意落地實踐	113-114年環境關懷設計競賽暨推廣惜食行動專案工作計畫	網路媒體	114年07月02日~114年07月02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	20,000	台灣設計跨界交流協會	透過頒獎典禮精華影片發布與媒體宣傳，提升社會大眾對環境關懷友善設計競賽成果之關注，並擴大入圍團隊與作品之能見度。藉由同步辦理產業媒合會，促進得獎團隊與產業交流，強化設計成果後續落地應用與跨域合作機會。	中央社	
環境部	「設計接軌淨零行動環境部推動綠色創意落地實踐&環境關懷設計競賽得獎作品北中南三區開跑」	113-114年環境關懷設計競賽暨推廣惜食行動專案工作計畫	網路媒體	114年07月04日~114年07月04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	20,000	台灣設計跨界交流協會	透過人氣獎結果發布與巡迴展活動，提升民眾對環境關懷與永續設計議題之關注與參與，並藉由入圍作品呈現設計回應生活中環境問題的實踐成果，深化大眾對永續理念的理解。	中央社	
環境部	114年7月6日環境部環境關懷友善設計競賽得獎作品北區巡迴展開跑	113-114年環境關懷設計競賽暨推廣惜食行動專案工作計畫	平面媒體	114年07月06日~114年07月06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	20,000	台灣設計跨界交流協會	推廣北部巡迴展活動及地點，邀請民眾觀展與參與，並藉由分享入圍作品與邀請投出心目中的好設計，增加民眾對於成果展之關注。	民眾日報	
環境部	114年07月11日於中華新聞雲（網路新聞）露出「用設計實踐環境永續環境關懷友善設計競賽巡迴展移師臺中」	113-114年環境關懷設計競賽暨推廣惜食行動專案工作計畫	網路媒體	114年07月11日~114年07月11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	20,000	台灣設計跨界交流協會	推廣中部巡迴展活動及地點，邀請民眾觀展與參與，並藉由分享入圍作品與邀請投出心目中的好設計，增加民眾對於成果展之關注。	中華新聞雲	
環境部	「2024-2025環境關懷友善設計競賽」循環經濟淨零永續好設計&環境關懷設計競賽得獎作品高雄科工館與你相見」	113-114年環境關懷設計競賽暨推廣惜食行動專案工作計畫	平面媒體	114年07月16日~114年07月16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	20,000	台灣設計跨界交流協會	推廣南部巡迴展活動及地點，邀請民眾觀展與參與，並藉由分享入圍作品與邀請投出心目中的好設計，增加民眾對於成果展之關注。	民眾日報	

**環境部主管機關**  
**媒體政策及業務宣導預算分析報告**  
 中華民國114年

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	巡迴展票選人氣獎作品揭曉「環境關懷友善設計競賽」人氣獎前三名揭曉	113-114年環境關懷設計競賽暨推廣惜食行動專案工作計畫	網路媒體	114年08月11日~114年08月11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	20,000	台灣設計跨界交流協會	透過人氣獎結果發布與巡迴展活動，提升民眾對環境關懷與永續設計議題之關注與參與，並藉由獲獎作品具體呈現設計回應生活中環境問題的實踐成果，深化大眾對永續理念的理解。	中華新聞雲	
環境部	強化環保政策社群露出及提升曝光度	114-115年環境部社群媒體經營及創意行銷專案計畫	網路媒體	114年07月01日~114年12月31日：20次	環境部主任秘書室	環境教育基金	環境教育推動計畫	93,750	貝殼放大股份有限公司	透過社群廣告精準投放，強化政策訊息之目標觸及效益，提升特定族群之關注度與參與度，並有效擴大政策議題於社群平台之能見度與討論度。	Facebook	
環境部	企劃製作環保議題影音內容，擴大宣傳效益	114-115年環境部社群媒體經營及創意行銷專案計畫	網路媒體	114年01月10日~114年12月31日：30次	環境部主任秘書室	環境教育基金	環境教育推動計畫	866,250	貝殼放大股份有限公司	完成短影音製作6式、短影音後製18式、Youtube影片製作1式、Youtube影片後製5式。	Facebook、Youtube	
環境部	國家企業環保獎形象影片	第7屆國家企業環保獎專案工作計畫	網路媒體	114年09月10日~114年12月22日：1次	環境部綜合規劃司	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	480,000	豐錚環境科技股份有限公司	於第7屆國家企業環保獎頒獎典禮播放，另置於國家企業環保獎網站，供民眾瀏覽觀看，以塑造國家企業環保獎形象。	國家企業環保獎網站、Youtube	
環境部	永續計畫相關媒體宣傳	114年永續發展目標及企業永續推動整合計畫	網路媒體	114年02月06日~114年12月08日：15次	環境部綜合規劃司	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	1,031,000	財團法人台灣經濟研究院	透過整合四單位參與「2025亞太永續博覽會」，以統一視覺與多元內容提升政策能見度，並結合直播與影音強化永續議題的傳播力道。同時辦理「2025國際企業論壇」，協助產業掌握全球低碳趨勢並提前因應綠色貿易要求；另以亮點場域參訪促進中央、地方及公私部門交流，深化永續合作並強化政策推動綜效。	Facebook	

**環境部主管機關**  
**媒體政策及業務宣導預算分析報告**  
 中華民國114年

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	推廣環保集點你的生活綠點都能換政策及辦理10週年記者會活動	113-114年度環保集點制度推動專案工作計畫	網路媒體	114年10月20日~114年11月20日：100000次	環境部綜合規劃司	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	100,000	汎宇電商股份有限公司	因應今年推出擴大綠出政策，召開「你的生活綠點都能換」記者會暨線上活動，於本部Facebook進行宣傳，觸及人數逾5萬人；另，今年為慶祝本部推行環保集點政策邁向第10年，故辦理環保集點10週年記者會暨線上特展，並於本部Facebook進行宣傳，觸及人數逾5萬人。	Facebook	
環境部	辦理3場結合地方資源與大型節慶之活動推廣淨零綠生活目標	113-114年淨零綠生活多元溝通推廣專案工作計畫	網路媒體	114年01月01日~114年11月20日：25次	環境部綜合規劃司	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	2,012,000	深得行銷股份有限公司	因應「淨零綠生活」推動目標，辦理3場結合地方資源與大型節慶之活動並於本部Facebook進行宣傳，包含苗栗苑裡「海洋四部曲」、桃園大溪「Green Lifestyle GO！」、臺北大稻埕「藝埕漫遊」，推動在地永續行動與民眾參與，觸及人數20萬人。	Facebook	
環境部	優化本部環保政策社群圖卡84件	114-115年環境部社群媒體經營及創意行銷專案計畫	網路媒體	114年07月01日~114年12月31日：165次	環境部主任秘書室	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	980,670	貝殼放大股份有限公司	1.完成155則社群圖卡與文案優化，有效提升政策訊息於社群平台之可讀性與傳遞一致性，強化對外溝通品質。 2.完成社群主視覺2式及TH貼文8則。	Facebook、Instagram、Threads	
環境部	強化環保政策社群露出及提升曝光度	114-115年環境部社群媒體經營及創意行銷專案計畫	網路媒體	114年07月01日~114年12月31日：4次	環境部主任秘書室	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	19,330	貝殼放大股份有限公司	透過社群廣告精準投放，強化政策訊息之目標觸及效益，提升特定族群之關注度與參與度，並有效擴大政策議題於社群平台之能見度與討論度。	Facebook	

**環境部主管機關**  
**媒體政策及業務宣導預算分析報告**  
 中華民國114年

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							4,309,100				
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 調適勸 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舉行研討論，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	
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	
氣候變遷署	製作3支短影音	113年氣候變遷法規政策推動研議計畫	網路媒體	113年10月09日~113年10月09日：1次	氣候署 碳費推 動組	溫室 氣體 管理 基金	因應 氣候 變遷 計畫	315,000	麗水策略整合行銷有限公司	為回應外界對於碳費的關切，完成3支短影音製作（部長篇、署長篇及環盟篇）。3支短影音陸續於113年10月9日發佈於Facebook，整體觀看次數共計9,862次，按讚數共401次。	Facebook	本案配合採購契約付款條件，於結案後一次給付，同時認列媒體政策及業務宣導費，爰於114年4月辦理資訊公開。

**環境部主管機關**  
**媒體政策及業務宣導預算分析報告**  
 中華民國114年

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	視覺化資料製作	113年氣候變遷法規政策推動研議計畫	網路媒體	113年10月08日~113年10月21日：10次	氣候署 碳費推動組	溫室 氣體 管理 基金	因應 氣候 變遷 計畫	185,000	麗水策略整合行銷有限公司	1.配合碳費費率審議會於113年10月7日決議碳費費率草案，製作碳費費率公布視覺化資料，共7件，觸及人數72,986人。 2.說明碳費使用用途視覺化資料製作，共3件，觸及人數5,697人。	Facebook	本案配合採購契約付款條件，於結案後一次給付，同時認列媒體政策及業務宣導費，爰於114年4月辦理資訊公開。
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	
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	

**環境部主管機關**  
**媒體政策及業務宣導預算分析報告**  
 中華民國114年

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	環境部重要環境保護獎項成果影片剪輯暨行政配合	環境部重要環境保護獎項成果影片剪輯暨行政配合計畫	網路媒體	114年08月22日~114年08月22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	97,000	巴傑股份有限公司	透過製作環境部2周年部慶「環保志業，同行致遠」活動之播放影片及氣候署環保獎項成果影片之預告短片，以及製作部慶「環保志業，同行致遠」活動之流程細節、引言、腳本，以宣傳環境部與各領域環保夥伴們攜手並肩同行，共同推動環境保護工作成果與相關政策內容。	Facebook	
氣候變遷署	盤查登錄不缺席淨零轉型有根基	台灣新聞自由年報廣告案	平面媒體	114年09月01日~114年10月01日：1次	氣候署碳費推動組	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	60,000	台灣新聞記者協會	為加大各部門減碳行動力，本部已推動擴大盤查，並採「三不一沒有」：不會麻煩、不用委外、不須查驗、沒有要收碳費，刊登廣告。	台灣新聞自由年報	
氣候變遷署	臺美校園雨水花園推廣計畫研討會開場暨成果花絮	臺美校園雨水花園推廣計畫研討會開場暨成果花絮製作	網路媒體	114年11月25日~114年11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	78,750	巴傑股份有限公司	為結合國際經驗並推廣國內氣候變遷調適設施，本次已完成「臺美校園雨水花園推廣計畫研討會開場暨成果花絮」前置影片製作，呈現臺美合作推動雨水花園的進展與成效。影片內容精要展示校園氣候調適作為、師生參與亮點及跨國交流成果，提升社會對雨水花園的認知與支持，強化政府推動校園氣候調適政策之示範性。	Youtube	
氣候變遷署	2025臺灣攜手全球共作設定轉型新里程碑影音記錄剪輯	114年氣候變遷減緩與調適工作推動成果影片剪輯	網路媒體	115年01月28日~115年03月31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	149,600	巴傑股份有限公司	讓各界瞭解政府推動氣候變遷減緩與調適工作推動成果，宣傳國家淨零轉型及具體行動作法，提升政策訊息之擴散效益，於Youtube、本署全球資訊網公開。	Youtube、本署全球資訊網	

**環境部主管機關**  
**媒體政策及業務宣導預算分析報告**  
 中華民國114年

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	抗高溫對策展	主計月刊刊登廣告案	平面媒體	114年07月01日~114年07月31日：1次	氣候署 碳費推動組	溫室 氣體 管理 基金	因應 氣候 變遷 計畫	12,000	財團法人主計 協進社	透過於《主計月刊》之專業平台曝光，旨在向民眾及社會精準傳遞環境部與地方政府攜手應對氣候變遷的具體作為。不僅展示「抗高溫」的創新政策成果，更體現「全民參與」及「社會調適」的高附加價值，進而爭取跨部會對氣候調適政策的支持與共識。	主計月刊	114年7月號月刊
氣候變遷署	擴大盤查	主計月刊刊登廣告案	平面媒體	114年09月01日~114年11月30日：2次	氣候署 碳費推動組	溫室 氣體 管理 基金	因應 氣候 變遷 計畫	24,000	財團法人主計 協進社	配合本部於114年3月4日公告「事業應盤查登錄溫室氣體排放量之排放源」，透過《主計月刊》向民眾及社會精準傳遞政策核心。本次推廣旨在消除外界對於「擴大盤查=增加成本」的錯誤迷思，明確傳達「三不一沒有」原則，強調政策設計已兼顧行政減負與成本控制，有助於平順推動國家淨零轉型。	主計月刊	114年9月號月刊及114年11月號月刊
氣候變遷署	自主減量計畫60秒短影音	114年國際經貿與氣候變遷政策交互影響評估計畫	網路媒體	114年12月01日~114年12月18日：1次	氣候署 碳費推動組	溫室 氣體 管理 基金	因應 氣候 變遷 計畫	1,365,000	民視文化事業 股份有限公司	結合KOL影響力與短影音傳播優勢，精準觸及企業受眾，將艱澀法規(自主減量計畫相關法規)轉譯為易懂內容。另透過標竿企業實證與明確誘因，消除疑慮並提升執行意願，不僅帶動產業鏈投入自主減量，達成政策推廣與品牌加值雙贏。	Facebook	13支60秒短影音(3支KOL+10支標竿事業及學者)
氣候變遷署	碳費如期上路，產業轉型不停歇、網路謠言澄清：網傳歐盟收碳稅，臺恐繳8000億	114年國際經貿與氣候變遷政策交互影響評估計畫	網路媒體	114年08月13日~114年11月16日：7次	氣候署 碳費推動組	溫室 氣體 管理 基金	因應 氣候 變遷 計畫	120,000	民視文化事業 股份有限公司	透過Facebook即時闢謠，釐清「8000億」錯誤資訊，有效遏止社會恐慌與預期性通膨。同時，明確宣示碳費如期上路，消除企業觀望心態；並藉由推廣自主減量優惠與論壇成果，將產業壓力轉化為轉型動力，達成「穩定民心、確立政策、引導減碳」之多重效益。	Facebook	

**環境部主管機關**  
**媒體政策及業務宣導預算分析報告**  
 中華民國114年

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	擴大盤查政策	114年國際經貿與 氣候變遷政策交 互影響評估計畫	平面 媒體	114年11月01日 ~114年11月30 日：1次	氣候署 碳費推 動組	溫室 氣體 管理 基金	因應 氣候 變遷 計畫	151,000	民視文化事業 股份有限公司	配合本部於114年3月4日公告 「事業應盤查登錄溫室氣體排放 量之排放源」，透過《全球月 刊》向民眾及社會精準傳遞政策 核心。本次推廣旨在消除外界對 於「擴大盤查=增加成本」的錯 誤迷思，明確傳達「三不一沒 有」原則，強調政策設計已兼顧 行政減負與成本控制，有助於平 順推動國家淨零轉型。	全球月刊	
氣候變 遷署	擴大盤查政策	114年國際經貿與 氣候變遷政策交 互影響評估計畫	平面 媒體	114年10月30日 ~114年10月30 日：1次	氣候署 碳費推 動組	溫室 氣體 管理 基金	因應 氣候 變遷 計畫	151,000	民視文化事業 股份有限公司	配合本部於114年3月4日公告 「事業應盤查登錄溫室氣體排放 量之排放源」，透過《中國時 報》向民眾及社會精準傳遞政策 核心。本次推廣旨在消除外界對 於「擴大盤查=增加成本」的錯 誤迷思，明確傳達「三不一沒 有」原則，強調政策設計已兼顧 行政減負與成本控制，有助於平 順推動國家淨零轉型。	中國時報	
氣候變 遷署	抗高溫涼適地圖	114年國際經貿與 氣候變遷政策交 互影響評估計畫	網路 媒體	114年11月04日 ~114年12月18 日：1次	氣候署 碳費推 動組	溫室 氣體 管理 基金	因應 氣候 變遷 計畫	151,000	民視文化事業 股份有限公司	透過於《上報》之專業平台曝光 ，旨在向民眾及社會精準傳遞環 境部與地方政府攜手應對氣候變 遷的具體作為。不僅展示「抗高 溫」的創新政策成果，更體現 「全民參與」及「社會調適」的 高附加價值，進而爭取跨部會對 氣候調適政策的支持與共識。	上報	

**環境部主管機關**  
**媒體政策及業務宣導預算分析報告**  
 中華民國114年

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	環境部公布NDC3.0並成立COP30戰情中心	114年國際經貿與氣候變遷政策交互影響評估計畫	網路媒體	114年11月07日~114年11月07日：1次	氣候署 碳費推動組	溫室 氣體 管理 基金	因應 氣候 變遷 計畫	151,000	民視文化事業股份有限公司	藉由匯流新聞網媒體發布NDC3.0與COP30戰情中心，對外展現臺灣接軌國際之氣候企圖心，鞏固綠色供應鏈地位；對內確立中長期減碳路徑，為產業提供明確轉型指引。同時，透過戰情中心掌握全球談判動態，提升決策應變效能，達成「國際同步、產業定錨、敏捷治理」之效益。	匯流新聞網	
氣候變遷署	環境部公布NDC3.0並成立COP30戰情中心	114年國際經貿與氣候變遷政策交互影響評估計畫	網路媒體	114年11月07日~114年11月07日：1次	氣候署 碳費推動組	溫室 氣體 管理 基金	因應 氣候 變遷 計畫	151,000	民視文化股份有限公司	藉由三立新聞網媒體發布NDC3.0與COP30戰情中心，對外展現臺灣接軌國際之氣候企圖心，鞏固綠色供應鏈地位；對內確立中長期減碳路徑，為產業提供明確轉型指引。同時，透過戰情中心掌握全球談判動態，提升決策應變效能，達成「國際同步、產業定錨、敏捷治理」之效益。	三立新聞網	
<b>資源循環署</b>									10,331,000			
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	

**環境部主管機關**  
**媒體政策及業務宣導預算分析報告**  
 中華民國114年

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	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	
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	

**環境部主管機關**  
**媒體政策及業務宣導預算分析報告**  
 中華民國114年

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	
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	由知名藝人泱泱拍攝直式即時短影片宣傳「超越圓圈循環經濟展」活動，透過VLOG方式與民眾分享，影片上線於泱泱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「超越圓圈循環經濟展」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	
資源循環署	刊登「循環採購介紹」政策宣傳	於主計月刊刊登「循環採購」政策宣傳	平面 媒體	114年03月01日 ~114年04月30 日：2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	20,000	主計月報社	主計月刊每月發行量2700本，本次委託於主計月刊之114年3月、4月號刊登「循環採購」政策，且主要受眾為全國各機關主計人員，透過「循環採購」介紹內容，預期將循環經濟概念向機關內公務人員宣達。	主計月刊	

**環境部主管機關**  
**媒體政策及業務宣導預算分析報告**  
 中華民國114年

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	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02月08日~114年04月30日：212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	125,000	內政部警政署 警察廣播電臺	本計畫重點推播效益有三： 1.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 2.搭配四月份車輛使用牌照稅開徵期間加強宣導民眾廢車應循合法管道妥善回收老舊廢車，且可立即停止牌照稅稽徵 3.宣傳「廢車回收一站通」多項便民服務，還可以申領廢車回收獎勵金等廢車回收議題	內政部警政署 警察廣播電臺	次數說明：劇化廣播212 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	資源 回收 管理 基金	資源 回收 管理 計畫	410,000	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	
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

**環境部主管機關**  
**媒體政策及業務宣導預算分析報告**  
 中華民國114年

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	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	
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04月23日 ~114年09月10 日：3次	循環署 綜合規 劃組	環境 教育 基金	環境 教育 推動 計畫	1,110,000	民視文化事業 股份有限公司	1.配合本署愛棒球挺永續MOU簽 署，完成三部短影音拍攝製作， 包含曾豪駒及陳冠宇、李多慧、 張志豪等名人合作短影音。 2.預估觸及超過30萬觀看次數。	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04月23日 ~114年09月10 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	757,000	民視文化事業 股份有限公司	1.配合本署製作之KOL名人短影 音及政策短影音、以及相關宣導 貼文內容進行社群廣告託播，累 計曝光數進度達80%，另安排愛 棒球挺永續MOU簽署儀式7/21直 播。 2.預估觸及64萬以上人次。	Facebook	
資源循環署	製作資源循環政策影 音專輯	資源循環行銷與 宣傳專案工作計 畫（第一年）	電視 媒體	114年09月10日 ~114年11月30 日：4次	循環署 綜合規 劃組	公務 預算	資源 循環 及廢 棄物 管理	800,000	民視文化事業 股份有限公司	1.配合資源循環推動法系列宣傳 ，邀請具創業故事、企業精神、 二代企業主轉型與傳承，製播 「循環台灣隊」系列成果報導。 2.觸及80萬人次。	民視頻道	
資源循環署	製作資源循環政策專 題	資源循環行銷與 宣傳專案工作計 畫（第一年）	電視 媒體	114年09月10日 ~114年11月30 日：1次	循環署 綜合規 劃組	公務 預算	資源 循環 及廢 棄物 管理	200,000	民視文化事業 股份有限公司	1.配合資源循環推動法系列宣傳 ，邀請環境部長官受訪，企劃製 播資源循環政策專題1則。 2.觸及10萬人次。	華視	

**環境部主管機關**  
**媒體政策及業務宣導預算分析報告**  
 中華民國114年

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	亞太循環經濟論壇宣傳影片-循環經濟的多元路徑	2025 亞洲暨大洋洲循環經濟熱點暨亞太循環經濟論壇規劃專案	網路媒體	114年08月18日~114年08月31日：1019302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	500,000	寰陞國際股份有限公司	預計邀集來自20餘國約400位代表和約90位講者，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。	Facebook 、Youtube	
資源循環署	刊登「2025 亞太循環經濟論壇暨熱點」成果報導	「2025 亞太循環經濟論壇暨熱點」成果報導	平面媒體	114年12月01日~114年12月31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	105,000	博商傳播事業有限公司	「讀者」雜誌每月發行量3萬本，且於實體店面及網路販售。本次委託於「讀者」114年12月號刊登「循環經濟」政策，且主要受眾為一般民眾，透過介紹內容，預期將循環經濟概念向全民宣達。	讀者	
資源循環署	「2025超越園圈展」成果報導委託刊登	「2025超越園圈展」成果報導委託刊登	平面媒體	114年12月01日~114年12月31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	106,000	聯經出版事業股份有限公司	「聯合文學」雜誌每月發行量3萬本，本次委託於「聯合文學」114年12月號刊登「2025超越園圈循環經濟博覽會」成果，且主要受眾為一般民眾，透過介紹內容，預期將循環經濟概念及政策執行成果向全民宣達。	聯合文學	
資源循環署	刊登「農藥瓶罐回收」議題廣告	委託「民眾日報」刊登「農藥瓶罐回收」議題廣告	平面媒體	114年12月18日~114年12月19日：2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	89,000	民眾傳播事業有限公司	以廣編稿搭配新聞露出，並以民眾日報讀者分布縣市，可藉此持續加強農藥瓶罐回收需要三沖三洗，並獨立回收給清潔隊、農會或販賣業者，以確保安全的資源回收觀念。	民眾日報	

**環境部主管機關**  
**媒體政策及業務宣導預算分析報告**  
 中華民國114年

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	114年度「資源回收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10月01日~114年10月31日：94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	125,000	內政部警政署警察廣播電臺	本計畫效益如下：1.宣傳民眾10月為手機回收月，全國便利商店、環保局等據點都能回收手機。2.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，落實頭減少垃圾產生量。3.宣傳民眾台北假日建國花市已是減塑示範場域，鼓勵消費者自備購物袋、使用循環箱二手袋或現場借用「循環袋」，一起響應減塑自備購物袋。	內政部警政署警察廣播電臺	次數說明：劇化廣播計93檔次、錄音專訪計1檔次，以上共計94檔次。 播出形式：劇化插播、錄音專訪。
<b>化學物質管理署</b>									2,645,000			
化學物質管理署	刊登課文台灣強力治理石綿 Taiwan get tough on Asbestos	114年化學物質安全雙語素材製作及宣導計畫	平面媒體	114年10月01日~114年10月31日：1次	化學署綜合規劃組	環境教育基金	環境教育推動計畫	580,000	財團法人台北市基督教救世傳播協會	編製1課文，作為中英文雙語對照教學素材，並刊載於空中英語教室(Studio Classroom)雜誌，藉以宣傳化學物質安全之中英文知識，提升民眾化學物質安全素養。	空中英語教室10月號	空中英語教室雜誌於2025年10月號(114年9月15日出刊)刊登課文1課(雜誌頁面3頁)，114年10月6-7日，2天各25分鐘教學節目於電視台，廣播播出，以及朗讀雲、空中英語教室App及網路媒體推播。
化學物質管理署	雜誌消息稿：石綿相關資訊	114年化學物質安全雙語素材製作及宣導計畫	平面媒體	114年10月01日~114年10月31日：1次	化學署綜合規劃組	環境教育基金	環境教育推動計畫	-	財團法人台北市基督教救世傳播協會	藉以宣傳化學物質安全之中英文知識，提升民眾化學物質安全素養，本廣告刊登消息稿於空中英語教室10月號雜誌，其推廣對象為大眾。	空中英語教室10月號	專案超值回饋贈送。
化學物質管理署	雜誌消息稿：居家疣胸琉璃蟻防治	114年化學物質安全雙語素材製作及宣導計畫	平面媒體	114年10月01日~114年10月31日：1次	化學署綜合規劃組	環境教育基金	環境教育推動計畫	-	財團法人台北市基督教救世傳播協會	藉以宣傳化學物質安全之中英文知識及綠色化學教育，提升民眾化學物質安全素養，本廣告刊登消息稿於大家說英語10月號雜誌，其推廣對象為大眾。	大家說英語10月號	專案超值回饋贈送。

**環境部主管機關**  
**媒體政策及業務宣導預算分析報告**  
 中華民國114年

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	雜誌消息稿：石綿相關資訊	114年化學物質安全雙語素材製作及宣導計畫	平面媒體	114年10月01日~114年10月31日：1次	化學署綜合規劃組	環境教育基金	環境教育推動計畫	-	財團法人台北市基督教救世傳播協會	藉以宣傳化學物質安全之中英文知識，提升民眾化學物質安全素養，本廣告刊登消息稿於彭蒙惠英語10月號雜誌，其推廣對象為大眾。	彭蒙惠英語10月號	專案超值回饋贈送。
化學物質管理署	生活中的化學物質風險溝通安全宣導計畫（3分鐘單元劇共6則；30秒廣告1則；專訪2次）	114年生活中的化學物質風險溝通安全宣導計畫	廣播媒體	114年08月18日~114年11月10日：100次	化學署綜合規劃組	環境教育基金	環境教育推動計畫	350,000	全景社區廣播電台股份有限公司	利用廣播平臺宣導重點業務及指定各項媒體宣傳素材加值應用，搭配自然與及口語化的生活對白，以台語為主國語為輔，該電台主要收聽群眾為中南部藍領層級，可拓展生活中的化學物質宣導領域及達到分眾宣導目的，保護國人生活安全。	全省快樂聯播網（大台北、大台中、雲嘉南、高高屏、花東、澎湖）	共製播6則單元劇：四要管理（播出12次）、宣導笑氣（播出12次）、石綿（播出10次）、老鼠源頭阻止（播出10次）、全氟辛酸（播出12次）、環境用藥（播出12次），主題專訪害蟲防治，環境用藥，播出2次，30秒廣告-環境用藥不是萬能殺手（播出30次），共100次。
化學物質管理署	設計文宣並利用多元管道與新興媒體，進行化學物質風險溝通	114-115年生活中化學物質科普知識推動暨風險溝通計畫	網路媒體	114年08月31日~114年12月31日：65次	化學署綜合規劃組	環境教育基金	環境教育推動計畫	846,875	財團法人環境資源研究發展基金會	運用社群媒體平台「生活中的化學物質Chem Life」粉絲專頁，展現化學物質相關資訊。	Facebook	
化學物質管理署	設計文宣並利用多元管道與新興媒體，進行化學物質風險溝通	114-115年生活中化學物質科普知識推動暨風險溝通計畫	網路媒體	114年08月01日~114年12月31日：13次	化學署綜合規劃組	環境教育基金	環境教育推動計畫	508,125	財團法人環境資源研究發展基金會	本署社交軟體官方帳號經營及維運，含製作社交軟體貼文13則。	Line@	
化學物質管理署	刊登推動綠色化學文案主題廣告	114-115年生活中化學物質科普知識推動暨風險溝通計畫	平面媒體	114年11月01日~114年11月30日：1次	化學署綜合規劃組	環境教育基金	環境教育推動計畫	120,000	財團法人環境資源研究發展基金會	藉以宣傳主題為「推動綠色化學」，內容包含「第4屆大專院校綠色化學創意競賽」報名內容，本廣告刊登消息於聯合文學10月號雜誌，其推廣對象為大眾。	聯合文學	

**環境部主管機關**  
**媒體政策及業務宣導預算分析報告**  
 中華民國114年

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	刊登臺灣政府與民間結合運用AI技術助力石綿瓦屋頂空間分布調查成果	114-115年生活中化學物質科普知識推動暨風險溝通計畫	平面媒體	114年12月11日~114年12月11日：1次	化學署綜合規劃組	環境教育基金	環境教育推動計畫	120,000	財團法人環境資源研究發展基金會	配合跨部會石綿成果發表會，宣導臺灣政府與民間結合運用AI技術助力石綿瓦屋頂空間分布調查成果，其推廣對象為大眾。	大紀元時報	
化學物質管理署	刊登臺灣政府積極應對石綿危害，啟動全國調查與管理系統保障民眾健康	114-115年生活中化學物質科普知識推動暨風險溝通計畫	平面媒體	114年12月11日~114年12月11日：1次	化學署綜合規劃組	環境教育基金	環境教育推動計畫	120,000	財團法人環境資源研究發展基金會	配合跨部會石綿成果發表會，宣導臺灣政府積極應對石綿危害，啟動全國調查與管理系統保障民眾健康，其推廣對象為大眾。	臺灣導報	
<b>環境管理署</b>									2,779,500			
環境管理署	配合雙語教學的推動，從「健康的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	

**環境部主管機關**  
**媒體政策及業務宣導預算分析報告**  
 中華民國114年

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	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	
環境管理署	辦理4月30日「守國土護山河：榮耀查緝先鋒—國土保育成果暨表揚大會」直播	「榮耀查緝先鋒—國土保育成果暨表揚大會」直播	網路媒體	114年04月30日~114年04月30日：1次	環管署 環境執 法組	公務 預算	環境 管理	60,000	普萊斯整合行銷有限公司	行政院長公開表揚檢警環查緝環保犯罪有功人員，彰顯政府打擊國土保育犯罪的決心，提升跨部會合作成效，守護臺灣山河美景。	Facebook	
環境管理署	辦理「跨部會聯手出擊！查緝非法棄置、攔阻非法輸出」記者會直播	4月14日廢塑膠記者會直播	網路媒體	114年04月14日~114年04月21日：2次	環管署 環境執 法組	公務 預算	環境 管理	90,000	台灣多媒體傳播事業有限公司	辦理廢棄物棄置案件破案記者會，於棄置場址現地直播、製作短影音，於Facebook上架，並吸引電子媒體報導共計37則，有效宣傳跨部會合作查緝環保犯罪執法成果。	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04月02日~114年06月30日：31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	114年4月2日至6月30日期間，於Facebook與Instagram共發布31則貼文，瀏覽人數超過3萬、觸及人數超過1.5萬。	Facebook 及 Instagram	
環境管理署	製作中、英文土壤及地下水科普知識課文教材1篇	114-115年度土壤及地下水宣導業務推廣計畫	平面媒體	114年04月02日~114年06月30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	400,000	財團法人台灣產業服務基金會	以議題「風險不容忽視！認識風險評估」，已完成中英文稿撰寫及版面設計及英文教學影片錄製，且已安排當作11月月刊發行（發刊日為114年10月15日），後續將透過電視、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**  
**媒體政策及業務宣導預算分析報告**  
 中華民國114年

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	GSR制度介紹及115年土水培訓營活動介紹	GSR制度介紹及115年土水培訓營活動介紹	網路媒體	114年10月29日~114年10月30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	112,000	中國時報文化 事業股份有限 公司	以「115年土水培訓營活動介紹」及「GSR制度介紹」為主題，分別在114年10月29日及30日於「中時新聞網」進行刊登，並以刊登日起至114年11月12日區間，統計瀏覽人次為第1篇計8,943人次及第2篇計8,357人次，有效提升民眾對土水議題關注度。	中時新聞網	
環境管理署	因應非洲豬瘟禁止廚餘養豬之廚餘宣導計畫	因應非洲豬瘟禁止廚餘養豬之廚餘宣導計畫	平面媒體	114年12月30日~114年12月30日：1次	環管署 一般廢 棄物管 理組	公務 預算	環境 管理	44,800	臺灣時報社股 份有限公司	因應廚餘養豬政策的調整與落日，向民眾正面表列宣導115年廚餘可養豬規範及116年廚餘全面禁止養豬。	臺灣時報	
環境管理署	向海致敬政策成果、世界海洋無塑日、環教淨灘活動宣傳、淨灘申請懶人包與各縣市淨灘成果等	114年度海岸環境清潔維護推廣及成效管理計畫	網路媒體	114年05月16日~114年10月10日：5次	環管署 環境衛 生組	公務 預算	環境 管理	25,000	環資國際有限 公司	推廣向海致敬計畫業務成果，提升民眾對海洋/岸相關政策與行動的認同及參與。	Facebook	共5則，從114年5月16日到10月10日陸續上網。
環境管理署	臉書文案及圖卡、減菸蒂活動直播及績優公廁評比活動獲獎單位宣導影片製作	114年精進公廁管理及提升環境衛生計畫	網路媒體	114年04月19日~114年11月19日：17次	環管署 環境衛 生組	公務 預算	環境 管理	300,000	財團法人台灣 產業服務基金 會	包括環境衛生臉書文案及圖卡15則、「2025地球日Team Planet挺地球Go淨」活動直播及績優公廁評比活動獲獎單位宣導影片製作等，有助於提升民眾對於本部環境衛生政策推動之認知及參與。	Facebook	1.臉書文案及圖卡15則，每則1萬元，計15萬元。 2.減菸蒂活動直播1場次5萬元。 3.績優公廁評比活動獲獎單位宣導影片製作10萬元。
環境管理署	災後環境復原演練 為了更快回到日常	114年度戶外公共環境蚊媒傳染病防治管理計畫	網路媒體	115年01月08日：1次	環管署 環境衛 生組	公務 預算	環境 管理	70,200	環輿科技股份 有限公司	災後環境復原，不能只靠臨場反應，而是要「事前練好、流程走順」。本影片完整記錄113~114年災後環境復原演練，讓民眾瞭解，透過『實地演練×實務檢討×歷程紀錄』三個層次，建立可複製、可執行的復原模式。災害發生後，更快復原、減少損害、讓生活回到正軌。	Youtube	

**環境部主管機關  
媒體政策及業務宣導預算分析報告**  
中華民國114年

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	模範清潔隊長典禮影 片	114年清潔隊人力 資源管理精進計 畫	網路 媒體	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	財團法人台灣 水資源與農業 研究院	為展現第一線清潔隊的付出，製 作「114年全國模範清潔隊長暨 職安衛績優機關」頒獎典禮影片 ，並於114年10月15日舉辦表揚 典禮上及環境部臉書撥放，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	海岸廢棄物量自108年 2,294公噸降至114年 773公噸，減少約66%	民眾日報「環管 署宣導主題」合 作宣導案-向海致 敬	平面 媒體	114年12月16日 ~114年12月16 日：1次	環管署 環境衛 生組	公務 預算	環境 管理	50,000	民眾傳播事業 有限公司	藉由平面媒體宣傳我國自109年 起委託海岸廢棄物快篩調查，監 測結果顯示，海岸廢棄物現存量 自108年2,294公噸降至114年773 公噸，減少約66%，顯示海岸清 潔政策、地方執行能量提升及民 間志工參與擴大等多方共同努力 已產生顯著成效。	民眾傳播事業 有限公司	本案另有電子媒體刊 登。
環境管理署	與世代傳媒股份有限 公司（上報）合作辦 理「推動如廁文化及 建構優質公廁近年執 行成果宣導」	上報「環管署宣 導主題」合作宣 導案-如廁文化及 建構優質公廁	網路 媒體	114年12月29日 ~114年12月29 日：1次	環管署 環境衛 生組	公務 預算	環境 管理	50,000	世代傳媒股份 有限公司	本署推動公廁環境升級，透過補 助地方修繕新建及強化巡檢管理 ，全面提升硬體與服務品質，並 致力於推廣優質如廁文化，透過 公私協力與宣導落實日常使用規 範，提升公廁環境品質，建立舒 適、安心且有尊嚴的衛生空間， 讓國人共同享有並維持優質的如 廁體驗。	上報	新聞網頁
<b>國家環境研究院</b>									45,000			
國家環 境研究 院	直播「114 年環境教 育認證績優表揚會」	「114年度環境教 育認證績優表揚 會」-直播	網路 媒體	114年12月03日 ~114年12月03 日：1次	環教認 證中心	公務 預算	環境 研究	45,000	大俠數位媒體 股份有限公司	為推動環境教育深耕與永續發展 ，辦理「114 年環境教育認證績 優表揚會」，透過網路直播方式 ，表彰在推廣環境教育工作中表 現卓越的機構、設施場所與人員 ，透過公開肯定與成果分享，展 現全臺推動環境教育的量能與典 範。	Facebook	

**環境部主管機關**  
**媒體政策及業務宣導預算分析報告**  
 中華民國114年

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
財團法人								-				
無												

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（收支餘額表）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。