

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4季(12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								8,608,685				
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	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4季(12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	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	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4季(12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	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	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，並擴大八園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4季(12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	「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	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4季(12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	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	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4季(12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	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	
氣候變遷署								2,425,600				
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（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4季(12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	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)

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4季(12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	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	
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	

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4季(12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	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	
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 NDC 3.0 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 NDC 3.0 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	

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4季(12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									1,925,000			
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	
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	

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4季(12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	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超越圈圈展」成果報導委託刊登	「2025超越圈圈展」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超越圈圈循環經濟博覽會」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（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4季(12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，落實源頭減少垃圾產生量。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。
化學物質管理署								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。

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4季(12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
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	0	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	0	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。
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	0	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。

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4季(12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
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計畫	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	

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4季(12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
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屆大專校院綠色化學創意競賽」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	
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	

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4季(12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
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	
環境管理署								640,000				
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，提昇民眾對海洋/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4季(12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	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	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

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4季(12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
國家環境研究院								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，表現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	

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。