

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113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	預期效益	刊登或託播對象	備註
環境部								4,745,500				
環境部	空氣品質變化成因分析對策研擬及科教專題推廣	112年空氣品質變化成因分析及科教推廣計畫	網路媒體	112年09月01日~112年12月31日：2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	204,484	麗水策略整合行銷有限公司	因應空氣品質預報即時提供成因分析及應變作業參考的文字與影音資料，錄製播報40則、科普影片2則，傳遞空氣品質政策成果與相關科普知識內容。	Facebook及Youtube	
環境部	空氣品質變化成因分析對策研擬及科教專題推廣	112年空氣品質變化成因分析及科教推廣計畫	網路媒體	112年09月01日~112年12月31日：25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	138,875	麗水策略整合行銷有限公司	因應空氣品質相關議題、政策等即時性回應民眾，以視覺化圖卡（25則）搭配淺顯易懂的文字內容，來傳遞空氣品質政策成果與相關政策內容。	Facebook、Youtube及LINE@	
環境部	空氣品質變化成因分析對策研擬及科教專題推廣	112年空氣品質變化成因分析及科教推廣計畫	網路媒體	112年09月01日~112年12月31日：1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	14,141	麗水策略整合行銷有限公司	全國性廣播專訪（1場）：環境部升格後空保處也改制為大氣環境司，這個變化不僅僅是名稱上的改變，更體現了政府對於空氣品質問題的高度重視。本次專訪主要是為了讓民眾認識大氣環境司和過去的空保處有甚麼不同？及主要任務是什麼？未來將會面臨什麼挑戰和目標。	中廣新聞網「氣象達人」、Facebook及SoundOn	

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113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	預期效益	刊登或託播對象	備註
環境部	112年名廚惜食料理示範暨活動宣傳記者會	112年推動惜食環境教育專案工作計畫	平面媒體	112年05月04日~112年05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	70,000	財團法人台灣產業服務基金會	經濟日報全臺發行量為35萬份，其中8成讀者年齡層為25-50歲民眾，刊登112年名廚惜食料理示範暨活動宣傳記者會，傳達惜食理念並說明甄選活動資訊，向社會大眾宣傳惜食理念與精神，並藉由名廚的知名度與示範推廣首惜廚師甄選活動資訊，為此活動持續宣傳、提高曝光度，增加民眾參與率。	經濟日報	
環境部	112年「首惜廚師甄選活動」全國總決賽暨頒獎典禮	112年推動惜食環境教育專案工作計畫	平面媒體	112年09月17日~112年09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	40,000	財團法人台灣產業服務基金會	經濟日報全臺發行量為35萬份，其中8成讀者年齡層為25-50歲民眾，刊登112年「首惜廚師甄選活動」全國總決賽暨頒獎典禮，公布甄選活動結果並傳達惜食，向社會大眾宣傳惜食理念與精神，新聞分享112年首惜廚師甄選活動成功舉辦，並公布獲獎者相關資訊，為此活動持續宣傳、提高曝光度，增加往後民眾之參與率。	經濟日報	

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113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	預期效益	刊登或託播對象	備註
環境部	刊登 112 年「首惜廚師甄選活動」專題報導	112年推動惜食環境教育專案工作計畫	平面媒體	112年12月07日~112年01月07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	120,000	財團法人台灣產業服務基金會	於今周刊製作1則專題報導「首『惜』廚師，用吃實踐餐桌上的永續」。今周刊紙本雜誌發行量為14萬份，內容介紹112年首惜廚師甄選活動，並深入專訪獲獎者的背景與惜食理念，藉由兩組別的獲獎者專訪引起民眾的關注度與參與感，並持續推廣惜食理念與精神，讓更多民眾瞭解並響應惜食行動。	今周刊	
環境部	刊登 112 年「首惜廚師甄選活動」2組獲獎者專訪影音	112年推動惜食環境教育專案工作計畫	網路媒體	112年12月09日~112年12月09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	280,000	財團法人台灣產業服務基金會	拍攝製作「首惜廚師甄選活動」惜食料理食譜組及惜食教案組2組獲獎者影片，並分別刊登於今周刊Facebook 粉絲專頁，其Facebook追蹤數量為115萬，2支影片觀賞次數分別逾3萬次，透過影片展現獲獎者的背景與介紹其惜食理念，並藉專訪深入其惜食行動的實踐，持續推廣惜食理念與精神。	今周刊Facebook 粉絲專頁	包含影片拍攝 剪輯製作

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113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	預期效益	刊登或託播對象	備註
環境部	112年「首惜廚師甄選活動」整體活動記錄影片	112年推動惜食環境教育專案工作計畫	網路媒體	112年12月10日~112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	200,000	財團法人台灣產業服務基金會	拍攝製作影片112年「首惜廚師甄選活動」整體活動記錄影片，於置於本部「環境教育探索館」及Youtube影音平臺，完整紀錄112年首惜廚師甄選活動，藉由獲獎者的惜食金句與活動精彩花絮及賽後的相關推廣活動，分享整年度活動的精采過程並持續推廣惜食理念與精神。	本部「環境教育探索館」及Youtube影音平臺	包含影片拍攝 剪輯製作
環境部	編撰惜食相關資訊5則	112年推動惜食環境教育專案工作計畫	網路媒體	112年01月16日~112年12月10日：5次	環境部 環境保護司	環境教育基金	環境教育推動計畫	100,000	財團法人台灣產業服務基金會	完成編撰惜食相關資訊5則，並運用本部Facebook粉絲專頁及「環境教育友你友我」Facebook社團宣傳推廣惜食理念，宣導惜食理念及鼓勵民眾於生活中落實惜食行動。	本部Facebook粉絲專頁及「環境教育友你友我」Facebook社團	

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113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	預期效益	刊登或託播對象	備註
環境部	刊登 112 年「首惜廚師甄選活動」專題報導及拍攝製作宣導影片	112年推動惜食環境教育專案工作計畫	網路媒體	112年12月07日~112年12月07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	220,000	財團法人台灣產業服務基金會	於今周刊製作1則專題報導「首『惜』廚師，用吃實踐餐桌上的永續」並拍攝製作宣導影片，透過今周刊數位廣編方式嵌入宣導影片的（頁面瀏覽量逾5,200次），內容介紹112年首惜廚師甄選活動，並深入專訪獲獎者的背景與惜食理念，藉由兩組別的獲獎者專訪引起民眾的關注度與參與感，讓更多民眾瞭解並響應惜食行動。	今周刊	包含影片拍攝剪輯製作
環境部	「神奇轉生之旅」親子舞臺劇首場表演暨發布記者會	112年環境教育繪本親子舞臺劇推廣專案工作計畫	平面媒體	112年07月09日~112年07月09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	雲豹國際有限公司	藉以宣傳「神奇轉生之旅」親子舞臺劇，劇中串聯「惜食教育」、「綠色循環」、「資源回收」及「綠色飲食」等議題，透過故事情節引導小朋友瞭解環境保護就是從自己做起！我們每一個人都可以為拯救地球盡一份心力！全臺演出10個縣市11場次，合計5,012人次參與。	聯合報	

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113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	預期效益	刊登或託播對象	備註
環境部	與Podcast頻道破百萬收聽優質節目「豬探長推理故事」合作，將「綠色生活」概念融入故事	112年環境教育繪本親子舞臺劇推廣專案工作計畫	廣播媒體	112年10月06日~112年11月30日：10次	環境部 環境保護司	環境教育基金	環境教育推動計畫	880,000	雲豹國際有限公司	利用Podcast頻道破百萬收聽優質節目「豬探長推理故事」，將本部施政主軸之一的「綠色生活」（包含「綠色旅遊」、「綠色飲食」、「綠色消費」、「綠色居家」及「綠色辦公」）概念融入5個故事，每個故事分為上下集，共10集，截至112年11月30日止，平均每集下載數破10萬次。	Podcast	
環境部	「神奇轉生之旅」親子舞臺劇首場表演暨發布記者會	112年環境教育繪本親子舞臺劇推廣專案工作計畫	網路媒體	112年07月09日~112年07月09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	40,000	雲豹國際有限公司	藉以宣傳「神奇轉生之旅」親子舞臺劇，劇中串聯「惜食教育」、「資源循環」、「綠色飲食」及「循環經濟」等議題，透過故事情節引導小朋友瞭解環境保護就是從自己做起！我們每一個人都可以為拯救地球盡一份心力！全臺演出10個縣市11場次，合計5,012人次參與。	新頭條	

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113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	預期效益	刊登或託播對象	備註
環境部	臺丹環境教育合作記者會、環境關懷設計競賽之相關宣傳	2022臺丹環境教育合作暨環境關懷設計競賽專案工作計畫（111-112年）	網路媒體	112年01月01日~112年10月31日：15次	環境部 環境保護司	環境教育基金	環境教育推動計畫	300,000	台灣設計跨界交流協會	1. 臺丹環境教育合作記者會、1月31日至2月4日邀請丹麥專家來臺在臺北市西本願寺樹心會館辦理「臺丹環境教育合作與環境設計大賽展覽」及國際環境設計大師班， 2. 「2022-2023環境關懷設計競賽」得獎作品之環保永續理念宣傳、吸引民眾觀展，透過設計來解決環境問題。	中央通訊社網路新聞	
環境部	TSDGs及ESG相關指標科普圖卡、漫畫	永續發展目標及企業永續推動整合計畫	網路媒體	112年07月01日~112年12月11日：5次	環境部 綜合規劃司	環境教育基金	環境教育推動計畫	700,000	財團法人台灣經濟研究院	本部擔任臺灣環境永續發展綠色環境工作圈之主責單位，透過科普圖卡、漫畫經由網路平台及社群平台展現中央與地方執行永續發展之成果，與民眾及利害關係人傳達淨零綠生活推動方式及國家永續發展推動方向結合在地化思維與未來企業建立「環境、社會、治理(ESG)相關指標介紹共同打造臺灣永續發展為目標(TSDGs)。	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113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	預期效益	刊登或託播對象	備註
環境部	TSDGs及ESG相關指標科普圖卡、漫畫	永續發展目標及企業永續推動整合計畫	網路媒體	112年07月01日~112年12月11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	678,000	財團法人台灣經濟研究院	本部擔任臺灣環境永續發展綠色環境工作圈之主責單位，透過科普圖卡、漫畫經由網路平台及社群平台展現中央與地方執行永續發展之成果，與民眾及利害關係人傳達淨零綠生活推動方式及國家永續發展推動方向結合在地化思維與未來企業建立「環境、社會、治理(ESG)相關指標介紹共同打造臺灣永續發展為目標(TSDGs)。	Facebook、Youtube	
環境部	國家企業環保獎形象影片	第5屆國家企業環保獎專案工作計畫	網路媒體	112年11月21日~112年11月30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	500,000	豐鐸環境科技管理股份有限公司	於第5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	臺美生態學校綠旗認證	112年辦理臺美環境教育合作與交流專案工作計畫(112年-113年)	網路媒體	112年12月01日~113年02月29日：4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	中華民國環境教育學會	藉由綠旗認證學校執行認證之影片紀錄，展現各生態學校之特色及成果，亦可藉此吸引更多學校加入生態學校行列。	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113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	預期效益	刊登或託播對象	備註
環境部	第三屆環保青年領袖甄選活動	112年辦理臺美環境教育合作與交流專案工作計畫(112年-113年)	網路媒體	112年10月20日~113年03月09日：5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	中華民國環境教育學會	徵件、頒獎典禮及論壇等宣傳，較往年30件左右報名，本屆共有徵得112件，入圍19件，得獎者5名。	Instagram及Dcard	
氣候變遷署								560,000				
氣候變遷署	氣候變遷調適相關文章	國家氣候變遷調適計畫推動暨調適發展策略研析專案工作計畫	平面媒體	112年11月29日~112年11月30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	260,000	景丰科技股份有限公司	本署與余紀忠文教基金會於112年11月3日及7日假台灣大學管理學院一號館舉行研討會，會中計有15位產、官、學針對「氣候治理-環境永續再出發」「極端天氣-水、土、林的挑戰」等2項議題提出意見，會中各界所提建議紀實登刊。	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113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	預期效益	刊登或託播對象	備註
氣候變遷署	「低碳永續家園拚淨零全民行為改變促淨零」刊登於電子新聞網及低碳永續家園資訊網	111年低碳永續家園暨強化村里低碳行動計畫	網路媒體	112年12月19日~112年12月20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	環資國際有限公司	以系列報導宣傳刊登於電子新聞網，聚焦村（里）減碳作為、擴散減碳智慧與成果，藉此鼓勵民眾生活層面增強體驗感受，讓「低碳」根植於民眾生活中，對低碳村（里）的推廣、複製、擴散有所助益。	網路、手機使用者	
資源循環署								2,350,450				
資源循環署	製作政策宣傳影片一則	112年資源回收整合宣傳專案工作計畫	網路媒體	113年1月5日~113年1月5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	189,000	威肯公共關係顧問股份有限公司	以「循環杯」為題拍攝「轉角遇到循環杯」影片，內容主要描述若外出忘記攜帶環保杯時，可處處借還循環杯之便利性，未來可用於任何活動進行播放。	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113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	預期效益	刊登或託播對象	備註
資源循環署	臺鐵列車車廂平面廣告刊登	臺鐵列車車廂平面廣告刊登案	平面媒體	112年11月15日~112年12月14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	148,050	台灣鐵道廣告有限公司	配合本署推動旅宿備品減量，於臺鐵列車車廂刊登平面廣告進行宣傳，大眾運輸為民眾日常搭乘之交通工具，且刊登之廣告車廂以每月旅客流量估算，廣告瀏覽率達每月170萬人次，對於政策宣傳推動卓有成效。	臺鐵列車車廂	
資源循環署	空中英語教室雜誌月刊跨頁廣告及電子雜誌(ios版)	「財團法人台北市基督教救世傳播協會」空中英語教室英語雜誌廣告刊登案	平面媒體	112年12月20日~112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	149,000	財團法人台北市基督教救世傳播協會	配合本署推動旅宿備品減量，刊登空中英語教室雜誌月刊跨頁廣告及電子雜誌(ios版)，該月刊發行量達21萬冊，其讀者群涵蓋高中大專院校及青年上班族群，以教材方式呈現宣導資訊提高讀者接觸頻率，將政策資訊轉化為中英對照版流傳，落實2030雙語國家政策。	空中英語教室雜誌及電子雜誌	
資源循環署	環境部資源循環署社群媒體推廣-臉書活動圖卡設計及活動規劃	環境部資源循環署社群媒體推廣-臉書廣告投放	網路媒體	112年10月01日~112年12月15日：1次	循環署副署長室2	資源回收管理基金	資源回收管理計畫	150,000	永續綠科技股份有限公司	辦理社群梗圖製作搭配活動規劃共計4場次、討論區創文曝光9篇、回應15則。	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113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	預期效益	刊登或託播對象	備註
資源循環署	環境部資源循環署10-12月網路新聞聯播推廣案	環境部資源循環署社群媒體推廣-10-12月網路新聞聯播	網路媒體	112年10月01日~113年01月15日：1次	循環署副署長室2	資源回收管理基金	資源回收管理計畫	146,400	永續綠科技股份有限公司	網路新聞15網聯播、資源循環署指定貼文廣告投放總曝光次數達130萬次及總觸及率達106萬6,000次。	Facebook	
資源循環署	「資源循環署揭牌，許一個資源循環零廢棄的永續臺灣」政策宣傳	資源循環國際合作及宣傳專案工作計畫	平面媒體	112年11月30日~112年11月30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	456,060	民視文化事業股份有限公司	配合本署正式揭牌及《資源循環促進法》修法等內容進行相關政策報導宣傳，強化民眾了解翻轉廢棄物管理思維之觀念，共觸及12萬以上人次。	商業周刊	
資源循環署	「以租代買、永續消費」宣傳影片	資源循環國際合作及宣傳專案工作計畫	網路媒體	112年12月04日~112年12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	695,650	民視文化事業股份有限公司	配合本署循環採購、以租代買等政策，與知識型頻道泛科學合作影片，強化大眾加入永續消費行動行列，影片創造近4萬觀看、200則以上留言互動。	youtube	
資源循環署	「2030超越圈循環經濟新創展」資源循環成果及政策報導	資源循環國際合作及宣傳專案工作計畫	平面媒體	112年11月29日~112年11月29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	248,290	民視文化事業股份有限公司	配合本署辦理之「2030超越圈循環經濟新創展」刊登成果報導，介紹年度資源循環亮點展出，讓民眾了解資源循環理念並融入於生活中，共觸及30萬以上人次。	經濟日報	

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113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	預期效益	刊登或託播對象	備註
資源循環署	「2023資源循環績優企業機關學校頒獎典禮」成果報導	資源循環國際合作及宣傳專案工作計畫	平面媒體	112年12月08日~112年12月08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	168,000	民視文化事業股份有限公司	配合本署辦理之「資源循環績優企業機關學校頒獎典禮」刊登報導，除了本署政策推廣外，同時介紹資源循環績優企業金質獎獲獎單位，向社會大眾展現資源循環推動亮點成果，共觸及6萬以上人次。	電子時報	

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。