

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2季(04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								2,689,000				
環境部	環境保護職人體驗工作坊	112年環境地圖及環境保護職人體驗推廣專案工作計畫--媒體政策及業務宣導費	網路媒體	112年09月07日~112年09月09日：1929994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	新視紀整合行銷傳播股份有限公司	鼓勵民眾參與環境保護職人體驗工作坊	Facebook、Instagram、Google多媒體聯播網、Yahoo原生廣告	
環境部	宣傳環境保護職人體驗工作坊	112年環境地圖及環境保護職人體驗推廣專案工作計畫--媒體政策及業務宣導費	網路媒體	112年09月20日~112年09月22日：8565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	新視紀整合行銷傳播股份有限公司	鼓勵民眾踴躍參加環境保護職人體驗工作坊	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	113年01月01日~113年04月30日：1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	15,625	麗水策略整合行銷有限公司	全國性廣播專訪(1場):在現代城市生活中，光污染和噪音污染已經成為環境保護的重要課題！光污染會影響人們的休息和生活品質，噪音則可能對健康和心理狀態產生負面影響。在這樣的背景下，大氣環境司積極採取措施來控制光污染和噪音，以確保城市環境的質量。	中廣新聞網「氣象達人」並分享Facebook及SoundOn	
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	113年01月01日~113年04月30日：1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	743,917	麗水策略整合行銷有限公司	為強化政策推動，以利民眾了解並認同政策方向，故與KOL合作製作1支影片，宣傳空污防制計畫二期方案，並增加民眾對空污的關注度。	Youtube及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2季(04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	平面媒體	113年01月01日~113年04月30日：5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	360,000	麗水策略整合行銷有限公司	廣告刊登(5則)：針對空氣品質科普辦理規劃行銷媒體宣傳，配合於各式行銷媒體刊登，進行更完整的訊息接露，提升推廣的深度。	臺灣時報、自立晚報、經濟日報	1. 台灣時報農民曆(宣導不要露天燃燒) 2. 自立晚報(柴油車補助延長時間) 3. 經濟日報(宣導空污防制計畫二期方案) 4. 自立晚報(清明節環保祭祀) 5. 台灣時報(宣傳2024空品知識、行動與創意競賽起跑)
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	113年01月01日~113年04月30日：3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	306,726	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，累積錄製播報100則與製作科普影片3則，傳遞空氣品質政策成果與相關科普知識內容。	Facebook、Youtube、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	廣播媒體	113年01月01日~113年04月30日：1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	416,580	麗水策略整合行銷有限公司	在空污季期間，為強化宣導並有效觸及台灣西部之中壯族群或樂齡族群，同時呼應該地區對象的收聽習慣，故規劃於寶島聯播網，進行廣播帶狀節目播出。	寶島聯播網	
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	113年01月01日~113年04月30日：35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	194,425	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(35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、LINE@	

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2季(04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	113年01月01日~113年04月30日：1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	491,727	麗水策略整合行銷有限公司	台灣民眾(18歲以上人口)社群平台使用率已達95.4%，為與民眾有效溝通有關空污議題及宣導政策(成果)等，建置及經營管理大氣司臉書粉絲專頁，並已設計2次粉絲專頁封面(含大頭照)、已辦理2次社群互動遊戲及邀請KOL合作製作及推廣政策相關貼文1場次。	Facebook及Youtube	
環境管理署								1,470,000				
環境管理署	扣連缺水議題，介紹地下水來源、功能與污染來源，以及地下水對於臺灣的重要性，設計1篇中英文科普教材，配合雙語教學的推動	112年度土壤及地下水宣導業務推廣計畫	平面媒體	112年10月04日~112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	729,120	財團法人台灣產業服務基金會	本次中英文教材已於112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	112年度土壤及地下水宣導業務推廣計畫	網路媒體	112年03月13日~112年12月05日：128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	199,920	財團法人台灣產業服務基金會	112年3月13日至12月05日期間，Facebook與Instagram共發布128則貼文，合計觸及人數達361,137；8-10月期間辦理粉絲互動活動共6場次，FB追蹤人數共提升1,045人，IG追蹤人數共提升339人。	Facebook、Instagram	含社群文案、圖卡、貼文等規劃設計及維護

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2季(04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	土水保護創意短片徵選活動宣傳，包含電子和平面媒體投放及影片製作	112年度土壤及地下水宣導業務推廣計畫	網路媒體	112年06月01日~112年08月21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	540,960	財團法人台灣產業服務基金會	針對活動投放 Facebook、Instagram、獎金獵人、Dcard、自立晚報電子報等，廣告曝光量達到1,223,893，另製作土水親子環教活動、創意短片徵選等活動花絮影片	Facebook、Instagram、獎金獵人、Dcard、自立晚報電子報	

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。