

行政院環境保護署主管機關(含前瞻特別預算、基金、財團法人)111年第一季(03月)辦理政策及業務宣導之執行情形

單位：元

機關名稱	宣導項目、標題及內容	媒體類型	宣導期程	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
行政院環境保護署	110年廢車回收處理智慧化管理系統專案工作計畫，針對廢車e化回收作業辦理廣播宣傳作業	廣播媒體	110年8月30日~110年9月8日；46次	回收基管會	資源回收管理基金	資源回收管理計畫	240,000	環資國際有限公司	110年廢車回收處理智慧化管理系統專案工作計畫，針對廢車e化回收作業，透過中廣流行網分別於上午8點至10點收聽率最高時段，辦理46檔次廣播宣傳作業，使民眾可快速了解廢車e化回收相關政策內容	中廣流行網	
行政院環境保護署	永續發展目標宣傳影片大眾交通場域電視媒體宣傳	電視媒體	110年10月15日~110年12月10日；68,099次	永續發展室	資源回收管理基金	資源回收管理計畫	650,000	財團法人台灣經濟研究院	結合本署施政可呈現亮點成果之永續發展核心目標6及13，以「臺灣永續發展目標」環境永續面向切入，強化推廣永續發展目標亮點宣傳影片及創意宣傳影片之宣傳，於各大交通場域電視媒體進行撥放68,099次，呼籲民眾由自身做起，投入環境永續行動	台北捷運公司及國光客運公司	
行政院環境保護署	永續發展目標宣傳影片網路及社群媒體行銷	網路媒體	110年10月15日~110年12月10日	永續發展室	資源回收管理基金	資源回收管理計畫	350,000		強化推廣網路創意宣傳影片，結合本署施政可呈現亮點成果之永續發展核心目標6及13，以「臺灣永續發展目標」環境永續面向切入，透過活潑影片軟化宣導資訊，創造話題討論度，強化社群分享效益，進一步呼籲粉絲自發加入，循序漸進剖析環境永續內容與行動，各大平台廣告加總觸及人次221,000人次	Facebook、Google、Instagram及民視新聞網	
行政院環境保護署	永續發展目標亮點影音數位宣傳	網路媒體	110年10月15日~110年12月10日	永續發展室	資源回收管理基金	資源回收管理計畫	500,000		首支永續發展目標亮點影音透過網路傳遞，循序漸進剖析永續發展目標理念及環境永續重要資訊，提升民眾對於永續發展及環境永續之認知度，強化環境永續重要觀念，進一步呼籲民眾自發加入永續行動，各大平台總計廣告觸及人次1,201,700人次	Facebook、Google及民視新聞網	
行政院環境保護署	環境永續重要專題數位宣傳	網路媒體	110年11月11日~110年12月09日	永續發展室	環境教育基金	環境教育推動計畫	200,000		透過網路平台向機關、學校、團體及民眾進行環境永續重要議題之溝通，製作「全民綠生活」、「循環經濟」及「空氣品質防治與改善」等永續議題進行系列專題報導，就政策面、執行面及施政績效亮點等面向，深度解說，並說明將期待各界配合事項，透過網路分享並留言轉傳進行議題擴散，總計觸及人次數約41,588次	今周刊數位平台及Facebook廣告	
行政院環境保護署	環境永續議題-空氣汙染防制電視節目專訪	電視媒體	110年12月07日~110年12月07日	永續發展室	環境教育基金	環境教育推動計畫	270,000		以高收視談話性節目「台灣向前行」邀請相關專家學者，深入訪談探討秋冬空氣汙染防制議題，使民眾有感之政策執行經驗與成效，普及環境永續發展認知的同時，也進一步鼓勵民眾能主動參與環境保護與永續發展行動。以節目收視率計算觸及人數約464,000人	民視電視公司	

行政院環境保護署主管機關(含前瞻特別預算、基金、財團法人)111年第一季(03月)辦理政策及業務宣導之執行情形

單位：元

機關名稱	宣導項目、標題及內容	媒體類型	宣導期程	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
行政院環境保護署	環境永續重要專題報導	平面媒體	110年11月11日~110年12月09日；3次	永續發展室	環境教育基金	環境教育推動計畫	520,000	財團法人台灣經濟研究院	透過專業平面媒體向機關、學校、團體及民眾進行環境永續重要議題之溝通，製作「全民綠生活」、「循環經濟」及「空氣品質防治與改善」等永續議題進行3次專題報導，就政策面、執行面及施政績效亮點等面向，深度解說，並說明將期待各界配合事項，透過此專題報導形式進行議題擴散，共計發行42萬冊，進發揮社會影響力	今周刊雜誌	
行政院環境保護署	永續發展目標宣傳影片網路及社群媒體行銷	網路媒體	110年10月15日~110年12月10日	永續發展室	環境教育基金	環境教育推動計畫	509,250		強化推廣網路創意宣傳影片，結合本署施政可呈現亮點成果之永續發展核心目標6及13，以「臺灣永續發展目標」環境永續面向切入，透過活潑影片軟化宣導資訊，創造話題討論度，強化社群分享效益，進一步能呼籲粉絲自發加入，循序漸進剖析環境永續內容與行動，影片高達2百多萬觸及人次	Facebook、Google、Instagram及YouTube Trueview	
行政院環境保護署	製作低碳永續家園成果貼文	網路媒體	111年03月01日~111年03月01日，1次	環管處	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	115,500	環資國際有限公司	透過媒體刊登有助於宣傳低碳永續家園政策，並有效形塑低碳家園氛圍	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. 本表所稱之財團法人，係指政府捐助基金50%以上成立之財團法人。
3. 宣導期程部分，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)。
4. 執行單位係指各機關或國營事業之內部業務承辦單位。
5. 預算來源查填總預算、○○特別預算、國營事業、非營業特種基金或財團法人預算。
6. 預算科目部分，總預算、特別預算及政事型特種基金填至業務(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)。
7. 機關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。