

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(02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	空氣品質惡化成因分析及對策研擬	網路媒體	110年11月01日~110年12月15日；1次	空保處	空氣污染防治基金	空氣污染防治計畫	517,042	麗水策略整合行銷有限公司	提供空氣品質成因分析，並協助研擬因應對策與評估資料，由專業氣象播報團隊錄製播報，製播數70則，上架Youtube頻道-WeatherTV	Facebook、Youtube、LINE@	
行政院環境保護署	空氣品質科教專題推廣	網路媒體	110年11月01日~110年12月15日；1次	空保處	空氣污染防治基金	空氣污染防治計畫	1,267,958		傳達空氣品質相關重要政策，並強化民眾瞭解政策內容，提高認知與關注。透過視覺性溝通(30則)及科普專題製作(8則)，即時進行資訊通訊與社群互動	Facebook、Youtube、LINE@	
行政院環境保護署	全民綠生活捷運月台廣告	電視媒體	110年09月23日~110年09月29日；1次	管考處	環境教育基金	環境教育推動計畫	226,000	環資國際有限公司	托播形象廣告，於雙北捷運路線(含環狀線)，鎖定20至49歲的學生與上班族，是最具消費力的族群，以傳遞全民綠生活精神，總曝光數897萬	臺北大眾捷運股份有限公司	
行政院環境保護署	全民綠生活捷運月台廣告內容製作	電視媒體	110年09月23日~110年09月29日；1次	管考處	環境教育基金	環境教育推動計畫	70,000		托播形象廣告，於雙北捷運路線(含環狀線)，鎖定20至49歲的學生與上班族，是最具消費力的族群，以傳遞全民綠生活精神，總曝光數897萬	臺北大眾捷運股份有限公司	屬製作費用
行政院環境保護署	全民綠生活網路影音廣告宣傳	網路媒體	110年10月01日~110年10月30日；1次	管考處	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	200,000		托播形象廣告，以傳遞全民綠生活精神，總曝光數271.6萬	Google	網路影音廣告宣傳包含Yahoo、Google、Youtube、Facebook、Instagram
行政院環境保護署	全民綠生活形象廣告宣傳	電視媒體	110年10月10日~110年10月11日；1次	管考處	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	170,000		鎖定中高齡族群於電視新聞台託播形象廣告，總曝光數102.4萬	三立新聞台、東森新聞台	
行政院環境保護署	全民綠生活綠色居家網路繪師合作宣傳	網路媒體	110年08月09日~110年09月08日；1次	管考處	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	261,000		環保署官方粉絲專頁進行網路廣告，總曝光次數為215.4萬次	Facebook	曝光次數與濾鏡特效併計
行政院環境保護署	全民綠生活平面形象廣告宣傳	電視媒體	110年10月03日~110年10月08日；1次	管考處	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	120,000		鎖定上班族，於北中南辦公大樓電梯電視託播形象廣告，總曝光數142萬	東森分眾傳媒聯播網	
行政院環境保護署	全民綠生活濾鏡特效宣傳	網路媒體	110年10月22日~110年11月08日；1次	管考處	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	350,000		於環保署官方粉絲專頁進行網路廣告，總曝光次數為215.4萬次	Instagram	曝光次數與Facebook綠色居家宣傳併計
行政院環境保護署	全民綠生活綠色辦公口播廣告	廣播媒體	110年08月01日~110年08月15日；1次	管考處	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	170,000		節目流量17萬次	Podcast	Podcast口播包含綠色辦公(台灣通勤第一品牌)和綠色居家(最近工作還好嗎)

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(02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	全民綠生活客運車內廣告	電視媒體	110年09月16日~110年09月29日；1次	管考處	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	210,000	環資國際有限公司	鎖定返鄉族、觀光遊客於國光客運車內電視，託播形象廣告，以傳遞全民綠生活精神，總曝光數35萬	國光汽車客運股份有限公司	
行政院環境保護署	全民綠生活濾鏡特效宣傳內容製作	網路媒體	110年10月22日~110年11月08日；1次	管考處	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	100,000		於環保署官方粉絲專頁進行網路廣告，總曝光次數為215.4萬次	Instagram	屬製作費用
行政院環境保護署	全民綠生活形象廣告宣傳內容製作	電視媒體	110年10月10日~110年10月11日；1次	管考處	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	100,000		鎖定中高齡族群於電視新聞台託播形象廣告，總曝光數102.4萬	三立新聞台、東森新聞台	屬製作費用
行政院環境保護署	全民綠生活綠色居家網路繪師合作宣傳內容製作	網路媒體	110年08月09日~110年09月08日；1次	管考處	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	100,000		環保署官方粉絲專頁進行網路廣告，總曝光次數為215.4萬次	Facebook	屬製作費用
行政院環境保護署	全民綠生活平面形象廣告宣傳內容製作	平面媒體	110年10月03日~110年10月08日；1次	管考處	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	50,000		鎖定上班族，於北中南辦公大樓電梯電視託播形象廣告，總曝光數142萬	東森分眾傳媒聯播網	屬製作費用
行政院環境保護署	全民綠生活網路影音廣告宣傳內容製作	網路媒體	110年10月01日~110年10月30日；1次	管考處	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	50,000		托播形象廣告，以傳遞全民綠生活精神，總曝光數271.6萬	Google	屬製作費用
行政院環境保護署	全民綠生活綠色辦公口播廣告內容製作	廣播媒體	110年08月01日~110年08月15日；1次	管考處	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	50,000		節目流量17萬次	Podcast	屬製作費用
行政院環境保護署	全民綠生活客運車內廣告內容製作	電視媒體	110年09月16日~110年09月29日；1次	管考處	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	50,000		鎖定返鄉族、觀光遊客於國光客運車內電視，託播形象廣告，以傳遞全民綠生活精神，總曝光數35萬	國光汽車客運股份有限公司	屬製作費用
行政院環境保護署	製作加速循環合作共解氣候危機影音	網路媒體	110年11月07日~111年01月25日；980次	環管處	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	212,415	財團法人台灣產業服務基金會	透過建築、交通、食物生產、紡織、電子零組件等產業落實循環經濟之實際案例，介紹不同部門、業別再落實邁向淨零轉型目標的努力，冀吸引各界關注節能減碳議題，並進一步落實達成低碳永續家園的願景 本案影音除臺灣日活動現場播放外，亦上傳至Youtube供各界擴大宣傳與使用	於臺灣日活動現場首播後上傳至Youtube持續播放	
行政院環境保護署	宣傳氣候公民對話平臺	網路媒體	110年01月29日~111年01月12日；1次	環管處	溫室氣體管理基金	因應氣候變遷計畫	98,000	中國時報	公開氣候政策相關資訊，包括溫室氣體減量及管理法修正草案、部門行動方案成果等	中國時報中時新聞網	

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(02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	辦理社群粉絲土水科普知識有獎徵答活動	網路媒體	110年08月16日~110年10月31日；1次	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	15,630	財團法人台灣產業服務基金會	Facebook按讚人數較前期計畫新增1,599人，計20,167人；Instagram追蹤人數增加390人，計1,989位粉絲	Facebook、Instagram	社群粉絲互動活動之規劃、設計與獎品
行政院環境保護署	於網路媒體刊登土壤及地下水保護相關議題之文章	網路媒體	110年10月4日、11月2日及12月15日；3次	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		分別刊登3篇土水科普網路文章於《天下雜誌》及聯合新聞網，天下雜誌官網每月不重複瀏覽為720萬次，Facebook社群觸及人數為300,801；聯合新聞網每月不重複瀏覽量為1,500萬次	天下雜誌官網、聯合新聞網	分別於110年10/4、11/2及12/15刊登於天下雜誌官網及聯合新聞網
行政院環境保護署	針對土污基管會20年紀實架設宣傳網頁，提升紀實宣傳效益	網路媒體	110年11月12日；1次	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	276,192		紀實網站網址： <a href="http://20thsgw.ftis.org">http://20thsgw.ftis.org</a> 。透過本會土淨水清系列活動臉書貼文中露出，其中貼文已超過25萬觸及人數	Facebook(土淨水清系列活動)	
行政院環境保護署	以土地醫生概念介紹土污基管會的職掌業務，設計1篇中英文科普教材，配合雙語教學的推動	平面媒體	110年11月08日~110年11月09日；19次	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	705,600		本次中英文教材已於110年10月15日出版雜誌共21萬冊，並透過電視、廣播、網路媒體等管道進行推廣露出	空中英語教室	
行政院環境保護署	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	網路媒體	110年4月01日~110年11月10日；81次	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	176,400		110年4月1日至11月10日期間，Facebook與Instagram共發布81則貼文，合計觸及人數達378,208	Facebook、Instagram	含社群文案、圖卡、貼文等規劃設計及維護

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。