

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(含前瞻特別預算、基金、財團法人)							9,490,807				
行政院環境保護署	「營建工地不再灰頭土臉」臉書貼文廣告刊登	網路媒體	110年11月25日~110年12月25日；4,226次	空保處	空氣污染防治基金	空氣污染防治計畫	30,000	民視文化事業股份有限公司	本署於110年10月18日修正發布「營建工程空氣污染防治設施管理辦法」，提升多項防制措施規定，並於111年11月1日起施行，為了讓更多民眾、營建工程業主及其承包商了解法規修正相關資訊，爰規劃透過社群臉書平台刊登廣告宣導，讓各界瞭解法規規定，以提高整體管制效果	Facebook	
行政院環境保護署	機車排氣檢驗政策宣傳	電視媒體	110年12月09日~110年12月10日；1次	空保處	空氣污染防治基金	空氣污染防治計畫	48,000	東森電視事業股份有限公司	透過媒體刊登有助於宣傳及提醒車主進行排氣檢驗，使車輛維持良好排氣狀況，降低機車排氣污染對空氣品質之影響	東森新聞臺	
行政院環境保護署	餐飲油煙防制政策廣告刊登	網路媒體	110年12月20日~110年12月25日；1次	空保處	空氣污染防治基金	空氣污染防治計畫	94,500	立鑫整合行銷有限公司	加強法規宣傳，搭配111年餐飲業空氣污染防治設施管理辦法實施管制，提升法規符合度	自由時報電子報	
行政院環境保護署	餐飲油煙新規定	平面媒體	110年12月17日~110年12月31日；1次	空保處	空氣污染防治基金	空氣污染防治計畫	98,000	民眾傳播事業有限公司	案係配合餐飲業空氣污染防治設施管理辦法規定，新設及既存列管餐飲業預計分別於111年1月1日起、111年2月1日起進行管制，加強相關列管餐飲業者宣導政策內容，使業者落實污染防治	民眾日報	
行政院環境保護署	繪本故事影片推廣	網路媒體	110年12月22日~110年12月26日；45,114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	90,000	啟示廣告有限公司	辦理YouTube廣告投放，目標對象為30~45歲之幼兒家長、育兒與教育、嬰幼兒與兒童用品，預計執行時間共計6天合計45,114次	YouTube廣告投放	
行政院環境保護署	「農地污染預防」宣導廣告託播	廣播媒體	110年12月21日~110年12月27日；405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	90,000	正聲廣播股份有限公司宜蘭廣播電台	由正聲廣播以國語、臺語及客語錄製30~60秒內容，於正聲廣播宜蘭、雲林、嘉義及高雄廣播電台播放，預計播放共計7天（規劃於110年12月21日至12月27日止），合計405檔次	正聲廣播股份有限公司宜蘭廣播電台等	
行政院環境保護署	新聞議題消息刊登	網路媒體	110年12月24日~110年12月24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	55,000	民視文化事業股份有限公司	刊登新聞議題消息稿1則，露出平台除了民視新聞網外，亦包括Yahoo新聞、LINE Today等至少5個不指定新聞入口網站露出	民視新聞網等網路新聞	

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	農地暨儲槽污染預防宣導	廣播媒體	111年01月10日~111年01月10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	2,000	基隆輕鬆廣播電台股份有限公司(FM96.9)	為防止農地遭回填不明廢棄物事件發生，需與民眾共同留意農地是否遭受污染，及強化地上儲槽保護土壤及地下水相關預防污染措施。向社會大眾說明農地污染來源、買賣租賃行為及善良管理人義務、儲槽污染預防等土壤及地下水污染預防措施	基隆輕鬆廣播電台股份有限公司(FM96.9)	1.播出日期為111年1月10日17時00分~18時00分。 2.宣導內容為錄製1次，撥出1次。
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	麗水策略整合行銷有限公司	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	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	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	環資國際有限公司	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、
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	環資國際有限公司	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	環資國際有限公司	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	環資國際有限公司	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	

行政院環境保護署主管機關(含前瞻特別預算、基金、財團法人)111年第一季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	環資國際有限公司	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	環資國際有限公司	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	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	環資國際有限公司	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	環資國際有限公司	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	環資國際有限公司	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	環資國際有限公司	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	環資國際有限公司	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	環資國際有限公司	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	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	屬製作費用

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	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	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	財團法人台灣產業服務基金會	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	財團法人台灣產業服務基金會	紀實網站網址： http://20thsgw.ftis.org 。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	財團法人台灣產業服務基金會	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	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	財團法人台灣產業服務基金會	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運

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	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	財團法人台灣經濟研究院	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	財團法人台灣經濟研究院	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	財團法人台灣經濟研究院	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	財團法人台灣經濟研究院	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	財團法人台灣經濟研究院	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	
所屬機關(環境檢驗所、環境保護人員訓練所、毒物及化學物質局)							0				
財團法人(財團法人環境資源研究發展基金會、財團法人環境與發展基金會、財團法人環境權保障基金會、財團法人大嵙炭環境永續發展基金會)							0				

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。