

# 環境部環境管理署（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115年第1季(1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	「環保心舞台 如廁新紀元」記者會直播，宣導民眾衛生紙丟馬桶。	「環保心舞台 如廁新紀元」直播	網路媒體	115年01月05日~115年01月05日：1次	環管署環境衛生組	公務預算	環境管理	60,000	風紅視達影像有限公司	本署與大安森林公園之友基金會合作於本部門口前人行道，設置六款機能不同的馬桶設備，展現衛生設備在「節水環保」、「高齡友善」與「衛生科技」上不斷突破外，也讓民眾了解衛生紙為什麼可以丟馬桶的原因，宣導衛生紙丟馬桶。	Facebook	
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	114-115年度土壤及地下水宣導業務推廣計畫	網路媒體	114年07月01日~114年12月31日：62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	337,500	財團法人台灣產業服務基金會	114年7月1日至12月31日期間，完成製作且發布62則貼文或短影音於Facebook與Instagram社群，瀏覽人數超過3萬、觸及人數超過10萬。	Facebook及Instagram	
環境管理署	辦理「勇闖地下城：大地與水源的永恆守護」土水保護線上遊戲學習活動之文宣製作及推播	114-115年度土壤及地下水宣導業務推廣計畫	網路媒體	114年10月28日~114年11月23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	300,000	財團法人台灣產業服務基金會	辦理「勇闖地下城：大地與水源的永恆守護」文宣設計及製作共5則(總預告及四檔任務)，第1檔任務期間於Facebook及Instagram投放廣告曝光次數達6.1萬、觸及人數統計達2.2萬，另遊戲平臺統計參與人數達4.7萬人。	Facebook及Instagram	

### 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)。

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
----------	----------------	---------	----------	---------------	----------	----------	----------	----------	-------------	------	-------------	----

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。