

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2季(6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	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	115年01月01日~115年06月19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	237,500	財團法人 台灣產業 服務基金 會	115年1月1日至6月19日期間，完成製作且發布62則貼文或短影音於Facebook與Instagram社群，累積瀏覽人數超過95萬、觸及人數超過39萬。	Facebook 及 Instagram	
環境管理署	辦理「地底有秘密：土壤及地下水特展與技術論壇」及「綠活探險月」	114-115年度土壤及地下水宣導業務推廣計畫	網路 媒體	115年01月01日~115年06月19日：34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	200,000	財團法人 台灣產業 服務基金 會	辦理「地底有秘密：土壤及地下水特展與技術論壇」活動之文宣設計及製作至少30則，辦理「綠活探險月」活動之文宣設計及製作至少4則，於Facebook及Instagram瀏覽次數達42.8萬、觸及人數統計達23.3萬。	Facebook 及 Instagram	

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2季(6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	辦理「勇闖地下城：大地與水源的永恆守護」活動	114-115年度土壤及地下水宣導業務推廣計畫	網路 媒體	115年01月01日~115年06月19日：3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	200,000	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」活動共4檔任務，任務期間於Facebook及Instagram投放廣告曝光次數達61.3萬、觸及人數達22.7萬，另遊戲平臺統計參與人數統計達20.7萬人。	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)。
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。