

# 環境部氣候變遷署（含前瞻特別預算、基金）

## 媒體政策及業務宣導執行情形表

中華民國114年第4季(12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
氣候變遷署	2025臺灣攜手全球 共作設定轉型新里程 碑影音記錄剪輯	114年氣候變遷減 緩與調適工作推動 成果影片剪輯	網路 媒體	115年01月31 日~115年01 月31日：1次	氣候署 淨零推動組	溫室氣 體管理 基金	因應氣 候變遷 計畫	149,600	巴傑股份 有限公司	讓各界瞭解政府推動氣候變遷 減緩與調適工作推動成果，宣 傳國家淨零轉型及具體行動作 法，提升政策訊息之擴散效 益。預計1月下旬於Youtube、 本署全球資訊網公開。	Youtube、 本署全球 資訊網	
氣候變遷署	抗高溫對策展	主計月刊刊登廣告 案	平面 媒體	114年07月01 日~114年07 月31日：1次	氣候署 碳費推動組	溫室氣 體管理 基金	因應氣 候變遷 計畫	12,000	財團法人 主計協進 社	透過於《主計月刊》之專業平 台曝光，旨在向民眾及社會精 準傳遞環境部與地方政府攜手 應對氣候變遷的具體作為。不 僅展示「抗高溫」的創新政策 成果，更體現「全民參與」及 「社會調適」的高附加價值， 進而爭取跨部會對氣候調適政 策的支持與共識。	主計月刊	114年7 月號月 刊
氣候變遷署	擴大盤查	主計月刊刊登廣告 案	平面 媒體	114年09月01 日~114年11 月30日：2次	氣候署 碳費推動組	溫室氣 體管理 基金	因應氣 候變遷 計畫	24,000	財團法人 主計協進 社	配合本部於114年3月4日公告 「事業應盤查登錄溫室氣體排 放量之排放源」，透過《主計 月刊》向民眾及社會精準傳遞 政策核心。本次推廣旨在消除 外界對於「擴大盤查=增加成 本」的錯誤迷思，明確傳達 「三不一沒有」原則，強調政 策設計已兼顧行政減負與成本 控制，有助於平順推動國家淨 零轉型。	主計月刊	114年9 月號月 刊及 114年 11月號 月刊

# 環境部氣候變遷署（含前瞻特別預算、基金）

## 媒體政策及業務宣導執行情形表

中華民國114年第4季(12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
氣候變 遷署	自主減量計畫60秒 短影音	114年國際經貿與 氣候變遷政策交互 影響評估計畫	網路 媒體	114年12月01 日~114年12 月18日：1次	氣候署 碳費推 動組	溫室氣 體管理 基金	因應氣 候變遷 計畫	1,365,000	民視文化 事業股份 有限公司	結合KOL影響力與短影音傳播 優勢，精準觸及企業受眾，將 艱澀法規(自主減量計畫相關 法規)轉譯為易懂內容。另透 過標竿企業實證與明確誘因， 消除疑慮並提升執行意願，不 僅帶動產業鏈投入自主減量， 達成政策推廣與品牌加值雙 贏。	環境部 Facebook	13支60 秒短影 音(3支 KOL+1 0支標 竿事業 及學者)
氣候變 遷署	碳費如期上路，產 業轉型不停歇、網 路謠言澄清：網傳 歐盟收碳稅，臺恐 繳8000億	114年國際經貿與 氣候變遷政策交互 影響評估計畫	網路 媒體	114年08月13 日~114年11 月16日：7次	氣候署 碳費推 動組	溫室氣 體管理 基金	因應氣 候變遷 計畫	120,000	民視文化 事業股份 有限公司	透過Facebook即時闢謠，釐清 「8000億」錯誤資訊，有效遏 止社會恐慌與預期性通膨。同 時，明確宣示碳費如期上路， 消除企業觀望心態；並藉由推 廣自主減量優惠與論壇成果， 將產業壓力轉化為轉型動力， 達成「穩定民心、確立政策、 引導減碳」之多重效益。	環境部 Facebook	

# 環境部氣候變遷署（含前瞻特別預算、基金）

## 媒體政策及業務宣導執行情形表

中華民國114年第4季(12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
氣候變 遷署	擴大盤查政策	114年國際經貿與 氣候變遷政策交互 影響評估計畫	平面 媒體	114年11月01 日~114年11 月30日：1次	氣候署 碳費推 動組	溫室氣 體管理 基金	因應氣 候變遷 計畫	151,000	民視文化 事業股份 有限公司	配合本部於114年3月4日公告 「事業應盤查登錄溫室氣體排 放量之排放源」，透過《全球 月刊》向民眾及社會精準傳遞 政策核心。本次推廣旨在消除 外界對於「擴大盤查=增加成 本」的錯誤迷思，明確傳達 「三不一沒有」原則，強調政 策設計已兼顧行政減負與成本 控制，有助於平順推動國家淨 零轉型。	全球月刊	
氣候變 遷署	擴大盤查政策	114年國際經貿與 氣候變遷政策交互 影響評估計畫	平面 媒體	114年10月30 日~114年10 月30日：1次	氣候署 碳費推 動組	溫室氣 體管理 基金	因應氣 候變遷 計畫	151,000	民視文化 事業股份 有限公司	配合本部於114年3月4日公告 「事業應盤查登錄溫室氣體排 放量之排放源」，透過《中國 時報》向民眾及社會精準傳遞 政策核心。本次推廣旨在消除 外界對於「擴大盤查=增加成 本」的錯誤迷思，明確傳達 「三不一沒有」原則，強調政 策設計已兼顧行政減負與成本 控制，有助於平順推動國家淨 零轉型。	中國時報	

# 環境部氣候變遷署（含前瞻特別預算、基金）

## 媒體政策及業務宣導執行情形表

中華民國114年第4季(12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
氣候變 遷署	抗高溫涼適地圖	114年國際經貿與 氣候變遷政策交互 影響評估計畫	網路 媒體	114年11月04 日~114年12 月18日：1次	氣候署 碳費推 動組	溫室氣 體管理 基金	因應氣 候變遷 計畫	151,000	民視文化 事業股份 有限公司	透過於《上報》之專業平台曝 光，旨在向民眾及社會精準傳 遞環境部與地方政府攜手應對 氣候變遷的具體作為。不僅展 示「抗高溫」的創新政策成果 ，更體現「全民參與」及「社 會調適」的高附加價值，進而 爭取跨部會對氣候調適政策的 支持與共識。	上報	
氣候變 遷署	環境部公布 NDC3.0 並成立 COP30戰情中心	114年國際經貿與 氣候變遷政策交互 影響評估計畫	網路 媒體	114年11月07 日~114年11 月07日：1次	氣候署 碳費推 動組	溫室氣 體管理 基金	因應氣 候變遷 計畫	151,000	民視文化 事業股份 有限公司	藉由匯流新聞網媒體發布 NDC 3.0 與 COP30 戰情中心， 對外展現臺灣接軌國際之氣候 企圖心，鞏固綠色供應鏈地 位；對內確立中長期減碳路徑 ，為產業提供明確轉型指引。 同時，透過戰情中心掌握全球 談判動態，提升決策應變效能 ，達成「國際同步、產業定 錨、敏捷治理」之效益。	匯流新聞 網	

# 環境部氣候變遷署（含前瞻特別預算、基金）

## 媒體政策及業務宣導執行情形表

中華民國114年第4季(12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
氣候變 遷署	環境部公布 NDC3.0 並成立 COP30戰情中心	114年國際經貿與 氣候變遷政策交互 影響評估計畫	網路 媒體	114年11月07 日~114年11 月07日：1次	氣候署 碳費推 動組	溫室氣 體管理 基金	因應氣 候變遷 計畫	151,000	民視文化 股份有限 公司	藉由三立新聞網媒體發布 NDC 3.0 與 COP30 戰情中心， 對外展現臺灣接軌國際之氣候 企圖心，鞏固綠色供應鏈地 位；對內確立中長期減碳路徑 ，為產業提供明確轉型指引。 同時，透過戰情中心掌握全球 談判動態，提升決策應變效能 ，達成「國際同步、產業定 錨、敏捷治理」之效益。	三立新聞 網	

### 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（收支餘額表）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。