

雲林縣環境保護局編印

計畫編號：YLEPB-114-001

114 年度雲林縣空污防制環保宣傳整合計畫
期末報告（定稿）

委託單位：雲林縣環境保護局

受託單位：大立環保科技有限公司

執行期間：114 年 2 月 11 日至 115 年 1 月 10 日

印製年月：中華民國 115 年 1 月



計畫基本摘要

計畫名稱：114 年度雲林縣空污防制環保宣傳整合計畫

計畫編號：YLEPB-114-001

主管機關：雲林縣環境保護局

執行單位：大立環保科技有限公司

計畫主持人：謝孟宏

聯絡人：吳貞冠

連絡電話：05-5370899

傳真號碼：04-22296650

總經費：536 萬元

全期期程：114 年 2 月 11 日至 115 年 1 月 10 日

本期期程：114 年 8 月 11 日至 115 年 1 月 10 日

執行情形：期末報告

1. 主要執行內容

各期應完成工作項目及數量如下：

- (1) 辦理雲林縣環保局季節性大型宣導活動：3 場次
- (2) 辦理環保文宣設計及印製相關事宜：1,100 份
- (3) 辦理雲林縣環保局空氣污染防制或淨零永續等相關新聞宣傳
露出：20 則
- (4) 辦理空氣污染防制或淨零永續等環境議題相關記者會：1 場次
- (5) 辦理空氣污染防制、淨零永續等環境議題媒體交流會：1 場次
- (6) 製作影音媒體進行主題式議題宣傳本局施政策略及成果：2 場次
- (7) 辦理網路社群媒體合作進行主題式議題宣傳：2 場次





2.計畫變更說明：本計畫於114年7月17日依據局端指示(雲環綜字第1140010906號)進行契約變更協商會議，原訂辦理之第一場次記者會因配合局端業務需求調整，取消辦理，記者會場次由原先2場次調整為1場次。相關契約費用經協議後調整為加強新聞媒體露出作業，新聞露出篇數由原先規劃15則增加至20則，以強化政策宣傳效益。變更項目如下表所示：

變更項目	變更前	變更後	備註
辦理雲林縣環保局空氣污染防制或淨零永續等相關新聞宣傳露出	15則	20則	本契約經費不變。
辦理空氣污染防制或淨零永續等環境議題相關記者會	2場次	1場次	

3.主管機關管考建議：無。



114 年度雲林縣空污防制環保宣傳整合計畫基本資料表

甲、委辦單位	雲林縣環境保護局			
乙、執行單位	大立環保科技有限公司			
丙、年 度	114 年	計畫編號	YLEPB-114-001	
丁、專案性質	勞務類 94-污水及垃圾處理、公共衛生及其他環保服務			
戊、專案領域	環境教育			
己、計畫屬性	<input type="checkbox"/> 科技類		<input checked="" type="checkbox"/> 非科技類	
庚、全程期間	114 年 2 月 11 日~115 年 1 月 10 日			
辛、本期期間	114 年 2 月 11 日~115 年 1 月 10 日			
壬、本期經費	536 萬			
	資本支出		經常支出	
	土地建設__仟元		人事費 1,500 仟元	
	儀器設備__仟元		契約工項業務費 2,800 仟元	
	其 他__仟元		其他管理及機具設備費用 700 仟元	
		其 他 360 仟元		
癸、摘要關鍵詞				
中文關鍵字：環境保護、空污防制、環保宣傳				
英文關鍵字：Environmental Protection, Air Pollution Prevention, Environmental protection publicity				
參與計畫人力資料				
參與計畫人員姓名	工作要項或撰稿章節	現職與簡要學經歷	參與時間(人月)	聯絡電話及 e-mail 帳號
謝孟宏	計畫協調、人力調度及報告答詢、負責各項策略擬定	計畫主持人 國立臺中教育大學 環境教育研究所 碩士	11 人月	04-22296229#14 hom3737@gmail.com
吳貞冠	控管計畫進度、協助辦理各場次會議、本計畫其他交辦事項	計畫經理 環球科技大學 應用外語系 學士	11 人月	05-5370899 dali5370899@gmail.com
陳怡汝	協助計畫執行與活動策劃	工程師 環球科技大學 中小企業暨策略管理研究所 碩士	10 人月	
沈宛毓	協助計畫執行與活動策劃	工程師 南華大學 文創事業管理學系 學士	10 人月	
王姿雲	協助計畫執行與活動策劃	工程師 崑山科技大學 視覺傳達設計系	1 人月	



雲林縣環境保護局計畫中英文摘要(簡要版)

一、中文計畫名稱：

114 年度雲林縣空污防制環保宣傳整合計畫

二、英文計畫名稱：

The Project of Air Pollution Prevention and Environmental Protection Publicity Integration Plan, Yunlin County 2025

三、計畫編號：

YLEPB-114-001

四、執行單位：

大立環保科技有限公司

五、計畫主持人(包括共同主持人)：

謝孟宏

六、執行開始時間：

114 年 2 月 11 日

七、執行結束時間：

115 年 1 月 10 日

八、報告完成日期：

115 年 1 月 12 日

九、報告總頁數：

151 頁(不含目錄、摘要、附錄)

十、使用語文：

中文，英文

十一、報告電子檔名稱：

YLEPB-114-001.DOC

十二、報告電子檔格式：

WORD

十三、中文摘要關鍵詞：

環境保護、空污防制、環保宣傳

十四、英文摘要關鍵詞：

Environmental Protection, Air Pollution Prevention,
Environmental protection publicity





十五、中文摘要

本計畫聚焦於雲林縣空氣污染防制與環保政策推廣，透過多元媒體策略與公民參與機制，深化民眾對淨零綠生活與永續發展的理解與實踐。面對日益嚴峻的氣候變遷與空污問題，計畫以創新溝通模式，將環境議題轉化為與生活密切相關的實踐行動，並藉此提升大眾參與度與政策接受度。

本期計畫執行期間為 114 年 2 月 11 日至 115 年 1 月 10 日，為期 11 個月，整合實體與數位宣導模式，涵蓋新聞報導、社群媒體行銷、影音製作及實體活動等多元推廣管道，以擴大政策傳播效益與公眾接觸面向。計畫執行成果摘要如下：

- (一) 辦理大型宣導活動 3 場次，分別為「2025 智慧城市展」、「世界清潔日—潔淨雲林 清秋共行」及「幸福循環·綠色聖誕派對」活動，合計吸引逾 1,700 人次參與，活動滿意度平均 4.75 分(滿分 5 分)，有效推廣智慧環保與永續減碳理念。
- (二) 完成印製環保宣導文宣品 1,600 份，包括環保主題桌曆 600 份及 L 夾 1,000 份，作為政策宣導與活動推廣之輔助素材，提升民眾對環保政策與永續理念之辨識度與記憶度。
- (三) 完成新聞及社群媒體露出 21 則，主題涵蓋地球日、空氣污染防制、節能減碳、智慧環保及永續生活等重點議題，提升政策曝光度，作為相關議題之宣導管道。
- (四) 辦理媒體交流會 1 場次，邀集媒體與學界代表交流政策經驗，強化政策溝通與社會對話。
- (五) 辦理記者會 1 場次，對外呈現雲林縣清溝成果及環境治理行動成效，深化「一島同命」之整體環境守護意識。
- (六) 製作完成主題式政策宣導影片 (2 場次，共 4 支)，聚焦空污查緝與汽車排氣定檢以及水污染防制等，作為相關議題之宣導素材，提供民眾認識管道。



(七) 與社群媒體網紅合作製作短影音共 2 場次，透過貼近年輕族群的傳播形式，擴大永續行動之觸及與參與。

整體而言，本計畫不僅為階段性政策宣導成果之展現，更為凝聚社會共識、推動綠色轉型的重要基礎。期盼透過持續推動政策傳播與公眾參與設計，使環境保護由政策理念落實為全民日常行動，共同打造宜居且永續的雲林家園。





十六、英文摘要

This project focuses on air pollution control and the promotion of environmental policies of Yunlin County. By leveraging diverse media strategies and civic engagement mechanisms, it aims to deepen public understanding and practice of "Green lifestyle" and sustainable development. In response to the growing challenges of climate change and air pollution, the project employs innovative communication models to transform environmental issues into actionable lifestyle choices, thereby enhancing public engagement and policy acceptance.

The project was implemented during the period February 11, 2025- January 10, 2026. To maximize policy dissemination and public reach, it integrated physical and digital outreach, including news reporting, social media marketing, video production, and on-site events. The key achievements are summarized as follows:

1. **Large-Scale Promotional Events:** The project implementation team organized three major events: the "Smart City Summit & Expo 2025," "World Cleanup Day – Clean Yunlin, Walking Together in Autumn," and "Circular Happiness · Green Christmas Party." These events attracted over 1,700 participants with an average satisfaction score of 4.75/5, effectively promoting smart environmental protection and carbon reduction.
2. **Environmental Promotional Materials:** The project implementation team produced 600 eco-themed desk calendars and 1,000 L-folders as auxiliary tools for policy outreach, successfully increasing public recognition and recall of sustainability concepts.
3. **Media & Social Media Exposure:** The project implementation team completed 21 media placements across news and social platforms. The topics covered Earth Day, air pollution control, energy conservation, and smart living, significantly boosting policy visibility.
4. **Media Exchange Session:** The project implementation team hosted one exchange meeting inviting media and academic representatives to share policy experiences and strengthen social dialogue.





5. **Press Conference:** The project implementation team held one press conference to showcase Yunlin County's culvert cleaning results and environmental governance effectiveness, fostering a collective sense of responsibility for environmental protection.
6. **Thematic Policy Videos:** The project implementation team produced four thematic videos focusing on air pollution enforcement, vehicle emission inspections, and water pollution prevention to serve as educational resources for the public.
7. **Influencer Collaborations:** The project implementation team collaborated with social media influencers to produce two short-form videos, utilizing modern communication formats to expand the reach and engagement among the younger generation.

Overall, this project serves not only as a showcase of phased policy achievements but also as a vital foundation for building social consensus and driving green transformation. Through continuous policy communication and public engagement, it aims to transition environmental protection from a policy concept into a daily practice for all citizens, collectively building a livable and sustainable Yunlin.





目錄

第一章	計畫緣起與目標	1
1-1	計畫緣起	1
1-2	計畫目標	1
1-3	計畫工作項目及內容(依據招標規範)	2
1-4	計畫實際達成進度及查核點說明	5
第二章	背景現況概述	9
2-1	自然人文環境	9
2-2	雲林縣施政重點	11
2-3	淨零碳排 12 項關鍵戰略	15
第三章	關鍵課題與創新作法執行成果	17
3-1	公民咖啡館「綠色對話」辦理成果	17
3-2	導入減碳規劃，扣合 2050 淨零排放目標之執行成果	17
3-3	永續與環境素養調查之執行成果	19
3-4	FB 粉絲專頁整體風格主視覺設計	19
第四章	工作內容與執行成果	21
4-1	辦理雲林縣環保局季節性大型宣導活動	21
4-2	辦理環保文宣設計及印製相關事宜	60
4-3	辦理雲林縣環保局空氣污染防制或淨零永續等相關新聞媒體 露出	67
4-4	辦理空氣污染防制或淨零永續等環境議題相關記者會	79
4-5	辦理空氣污染防制、淨零永續等環境議題媒體交流會	88
4-6	運用多元宣傳管道及經營平台，擴大宣導本局施政績效	98
4-6-1	製作影音媒體進行主題式議題宣傳本局施政策略及成果 ..	98
4-6-2	辦理網路社群媒體合作進行主題式議題宣傳	108
4-6-3	重點政策行銷與網路媒體及輿情分析報告	125
第五章	結論與建議	144
附錄		
附錄一 採購評選委員意見回覆表		
附錄二 年度工作計畫書委員意見回覆表		
附錄三 期中報告委員意見回覆表		



圖目錄

圖 2-3-1、台灣 2050 淨零轉型十二項關鍵戰略	16
圖 3-1-1、114 年度各場次活動減碳量估算結果	18
圖 3-1-2、114 年度環保局粉絲專頁主視覺設計	20
圖 4-1-1、2025 智慧城市展活動展出內容	24
圖 4-1-2、2025 智慧城市展推廣情形	26
圖 4-1-3、2025 智慧城市展活動宣導品	27
圖 4-1-4、2025 智慧城市展再生粒料推廣活動	27
圖 4-1-5、2025 智慧城市展活動問卷分析-背景資料分析圖	29
圖 4-1-6、2025 智慧城市展雲林縣環保局臉書推廣內容	32
圖 4-1-7、潔淨雲林・清秋共行-活動情形	36
圖 4-1-8、潔淨雲林 清秋共行-清潔行動	36
圖 4-1-9、潔淨雲林・清秋共行-環保無塑市集	37
圖 4-1-10、潔淨雲林・清秋共行-守護環境闖關行動	39
圖 4-1-11、潔淨雲林・清秋共行-摸彩辦理情形	40
圖 4-1-12、潔淨雲林・清秋共行-問卷背景資料分析	40
圖 4-1-13、潔淨雲林・清秋共行-孩童最愛關卡投票結果	43
圖 4-1-14、潔淨雲林・清秋共行-民眾打卡示意	44
圖 4-1-15、幸福循環・綠色聖誕派對-活動辦理情形	49
圖 4-1-16、幸福循環・綠色聖誕派對-成果展示情形	50
圖 4-1-17、幸福循環・綠色聖誕派對-攤位活動辦理情形	51
圖 4-1-18、幸福循環・綠色聖誕派對-摸彩辦理情形	52
圖 4-1-19、幸福循環・綠色聖誕派對-問卷背景資料分析	53
圖 4-1-20、幸福循環・綠色聖誕派對-活動宣傳內容	56
圖 4-3-1、空氣污染防制或淨零永續等新聞媒體露出畫面	76



圖 4-5-1、媒體交流會影像	91
圖 4-5-2、媒體露出新聞畫面	95
圖 4-6-1-1、影片成效截圖畫面	102
圖 4-6-1-2、第一場次影片畫面	102
圖 4-6-1-3、抽獎活動辦理情形	103
圖 4-6-1-4、影片畫面	105
圖 4-6-1-5、影片成效截圖畫面	106
圖 4-6-1-6、抽獎活動留言辦理情形	107
圖 4-6-2-1、網紅社群互動情形	109
圖 4-6-2-2、拍攝片段內容	112
圖 4-6-2-3、社群媒體互動率統計	113
圖 4-6-2-4、環保局社群媒體發布結果	114
圖 4-6-2-5、社群媒體發布情形	115
圖 4-6-2-6、抽獎活動領獎情形	116
圖 4-6-2-7、拍攝片段內容	119
圖 4-6-2-8、高采葳粉絲專頁後台統計情形	121
圖 4-6-2-9、高采葳 Instagram 後臺數據統計情形	122
圖 4-6-2-10、局端與高采葳社群媒體互動率統計	123
圖 4-6-2-11、社群媒體發布情形	124
圖 4-6-3-1、114 年 2 月至 115 年 1 月 10 日協助環保局臉書貼文情形	134
圖 4-6-3-2、近三年環保局臉書影片觀看人數統計	135
圖 4-6-3-3、雲林縣環保局關鍵字搜尋之媒體來源記錄	136
圖 4-6-3-4、114 年 2 月 11 日至 115 年 1 月 10 日雲林縣環保局情緒好 感度趨勢	137



表目錄

表 1-4-1、實際達成進度及查核點說明	5
表 1-4-2、計畫進度及查核點	7
表 1-4-3、各工作項目查核點說明	8
表 2-1-1、雲林縣近五年人口數統計表	10
表 2-1-2、雲林縣鄉鎮市人口數	10
表 3-1-1、114 年度合計減碳量成果	18
表 4-1-1、季節性大型宣導活動辦理場次表	21
表 4-1-2、2025 智慧城市展頒獎典禮議程	22
表 4-1-3、2025 智慧城市創新應用獎活動展出內容	23
表 4-1-4、2025 智慧城市展活動體驗評估表	30
表 4-1-5、2025 智慧城市展碳足跡分析表	31
表 4-1-6、潔淨雲林・清秋共行-議程表	34
表 4-1-7、潔淨雲林・清秋共行-循環餐具出借紀錄表	37
表 4-1-8、潔淨雲林・清秋共行-守護環境闖關行動	38
表 4-1-9、潔淨雲林・清秋共行-摸彩獎項設置	39
表 4-1-10、潔淨雲林・清秋共行-活動體驗評估	41
表 4-1-11、潔淨雲林・清秋共行-孩童最喜愛關卡投票結果	42
表 4-1-12、潔淨雲林・清秋共行-媒體新聞露出	45
表 4-1-13、潔淨雲林・清秋共行-碳足跡分析表	46
表 4-1-14、幸福循環・綠色聖誕派對-活動議程表	47
表 4-1-15、幸福循環・綠色聖誕派對-營建工程評選獲獎單位	48
表 4-1-16、幸福循環・綠色聖誕派對-環境教育機構評鑑獲獎單位	48
表 4-1-17、幸福循環・綠色聖誕派對-循環餐具出借紀錄表	50
表 4-1-18、幸福循環・綠色聖誕派對-摸彩獎項設置	51



表 4-1-19、幸福循環・綠色聖誕派對-活動體驗調查.....	54
表 4-1-20、幸福循環・綠色聖誕派對-環保知識測驗.....	54
表 4-1-21、幸福循環・綠色聖誕派對-媒體新聞稿.....	57
表 4-1-22、幸福循環・綠色聖誕派對-碳足跡分析表.....	58
表 4-2-1、環保文宣製作說明-桌曆.....	61
表 4-2-2、環保文宣內頁製作說明-桌曆.....	61
表 4-2-3、環保文宣製作說明-L 型資料夾.....	65
表 4-3-1、空氣污染防治或淨零永續等新聞媒體露出主題.....	69
表 4-3-2、空氣污染防治或淨零永續等新聞媒體露出成效.....	71
表 4-5-1、交流會會議程表.....	88
表 4-5-2、交流會重點彙整.....	89
表 4-5-3、交流會媒體露出統計.....	92
表 4-5-4、媒體 QA 摘要表.....	95
表 4-5-5、媒體回饋表.....	96
表 4-5-6、交流會碳足跡分析表.....	97
表 4-6-1-1、第一場次影片規格.....	99
表 4-6-1-2、第一場次影片成效統計表(空氣污染防治系列).....	101
表 4-6-1-3、第二場次影片規格.....	103
表 4-6-1-4、第二場次影片成效統計表(水環境治理系列).....	105
表 4-6-2-1、社群媒體合作名單.....	108
表 4-6-2-2、媽祖翻譯官的綠生活任務拍攝畫面腳本內容.....	110
表 4-6-2-3、社群媒體統計彙總表.....	113
表 4-6-3-1、年度社群平台視覺主題.....	126
表 4-6-3-2、多元媒體宣傳內容操作清單(截至 115 年 1 月 10 日).....	128
表 4-6-3-3、粉絲專頁近三年政策宣導影片觀看人數排名.....	136



表 4-6-3-4、114 年 2 月至 12 月整體輿情情緒趨勢比較	137
表 4-6-3-5、關鍵詞與議題變化趨勢	140
表 4-6-3-6、114 年度熱門貼文 TOP10	141



第一章 計畫緣起與目標

1-1 計畫緣起

隨著全球氣候變遷的加劇，各國開始重視減少溫室氣體排放的必要性。2015年巴黎協定的通過標誌著全球對於控制氣候變遷的共同承諾。台灣也提出2050淨零排放的目標，並制定相關行動計畫以促進綠色生活方式，包括推廣電動交通工具、資源循環利用等策略，以減少碳足跡並提升環境品質。

氣候變遷已成為全球面臨的重要挑戰之一，極端氣候事件頻繁發生，不僅影響自然環境，也對農業、工業及日常生活造成衝擊，台灣政府積極參與國際會議，並依據聯合國氣候變化綱要公約制定相應政策，以提升國家對於氣候變遷的應對能力和適應能力。

永續發展的概念強調在滿足當代需求的同時，不損害未來世代滿足其需求的能力。這一理念體現在各種政策中，例如台灣政府在應對氣候變遷方面所採取的措施，這些措施不僅針對環境保護，也包括經濟與社會層面的考量，以促進全面發展，這些議題相互關聯，共同構成了當前全球環境保護運動的重要基石。各國需攜手合作，以應對日益嚴峻的環境挑戰，確保可持續的未來。

1-2 計畫目標

為擴大推廣環境保護相關宣傳，加強空氣污染防治、淨零綠生活、永續發展及氣候變遷等環境保護議題曝光度以及提升民眾環保意識，本計畫整合局內環境保護相關宣傳活動，並結合國內外環保節日，辦理季節性大型宣導活動，並配合聯合國永續發展目標(SDGs)及氣候變遷等議題，讓民眾不分年齡都可以參與並了解本縣環境保護宣導及政策執行。



本計畫協助環保局之政策整合推行宣傳，達成目標如下：

- 一、透過季節性大型宣導活動，推廣並提升民眾對於環境保護政策及宣導內容認知。
- 二、整合局內空氣污染防治等環境保護政策、宣導及作為，配合媒體新聞露出，並印製相關宣傳文宣，提升曝光度。
- 三、透過辦理訓練課程、戶外學習及體驗營，深入宣導教育淨零永續及空氣污染防治等環境教育作為。

1-3 計畫工作項目及內容(依據招標規範)

依據本計畫所列之計畫工作項目，編撰服務建議書章節對應之關聯表，詳表1-1所示。

一、辦理雲林縣環保局季節性大型宣導活動

- (一)辦理日期：由機關確認後通知
- (二)辦理場次：3場次
- (三)辦理地點：由機關確認後通知
- (四)辦理規模：至少300人以上/場(不含本計畫工作人員)
- (五)辦理重點：結合國內外環保節日(如：環境日、海洋日、世界糧食日與清潔日等)辦理主題性宣導活動，或辦理環境相關議題大型展覽活動(如：空氣污染防治與淨零永續等)。
- (六)其他事項：場地租借布置、主持人安排、活動保險、音響設備、與會人員餐點、活動安排、活動文宣製作露出、新聞媒體邀約及撰寫新聞稿...等，於視機關實際需求予以協助。

二、辦理環保文宣設計及印製相關事宜

- (一)辦理規模：至少1,100份
- (二)辦理重點：為推廣宣導空氣污染防制等環保業務議題宣導，針對本局各科業務宣導，設計製作環保文宣，並搭配本局指定刊物發行印製。



三、辦理雲林縣環保局空氣污染防制或淨零永續等相關新聞媒體宣傳露出

- (一)辦理規模：至少 20 則以上
- (二)辦理重點：視機關實際需求彙整本局環境保護相關成果及宣導資訊，撰寫新聞稿或訪談內容，行銷本局施政成果，含報章雜誌、Facebook 貼文、新聞稿、直播專訪、短影音、影片或結合其他大型活動等。
- (三)其他事項：如為相同的露出內容(圖文相同)，發布於不同社群媒體，則計算為 1 則。

四、辦理空氣污染防制或淨零永續等環境議題相關記者會

- (一)辦理規模：1 場次
- (二)辦理重點：辦理本局空氣污染防治、淨零綠生活、永續發展或氣候變遷等環境議題相關記者會，加強本局政策宣導及相關作為成果露出。
- (三)其他事項：場地租借布置、主持人安排、音響設備、與會人員餐點、活動安排、活動文宣製作露出、新聞媒體邀約及撰寫新聞稿...等，餘視機關實際需求予以協助。

五、辦理空氣污染防制、淨零永續等環境議題媒體交流會

- (一)辦理規模：1 場次
- (二)辦理重點：辦理本局空氣污染防制、淨零綠生活等永續議題媒體交流會，討論本局各科施政成果及未來施政走向，以推廣環境相關議題宣傳，並促進媒體交流。
- (三)其他事項：場地租借布置、主持人安排、音響設備、與會人員餐點、活動安排、活動文宣製作露出、新聞媒體邀約及撰寫新聞稿等，餘視機關實際需求予以協助。

六、運用多元宣傳管道及經營平台，擴大宣導本局施政績效

- (一)製作影音媒體進行主題式議題宣傳本局施政策略及成果
 1. 辦理日期：由機關確認後通知
 2. 辦理規模：2 場次，每場次主題影片時長(單支或總和)須達 8 分鐘(含)以上。



3. 辦理重點：影片主題需扣合本局近年施政策略及成果，如「零廢棄資源化系統(ZWS)」、「全移動式垃圾機械分選產製 SRF 系統(MMT)」、淨零綠生活、永續發展或氣候變遷等議題，拍攝主題由本局指定，腳本需事先經本局同意後執行。
4. 結合影片內容辦理社群媒體宣傳推播，如分享、按讚、打卡或抽獎等活動。
5. 拍攝規劃書應於舉辦前 40 日函送機關核准後執行，並於結束後 14 日內函送成果報告予機關備查。

(二)辦理網路社群媒體合作進行主題式議題宣導

1. 辦理日期：由機關確認後通知
2. 行銷則數：2 則，每則需含 2 分鐘(含)以上短影音
3. 辦理重點：邀請網紅合作進行主題式議題宣傳，活動主題須扣合本局空氣污染防治、淨零綠生活、永續發展或氣候變遷環境教育等相關議題政策內容或成果，運用多元宣傳管道及經營平台(發布於臉書或 Instagram 平台)，提升本局施政成果曝光度;其中網紅需為臉書粉絲或 Instagram 追蹤粉絲數達 3 萬人以上，且近 2 個月貼文至少 5 則之按讚數峰值需達 1,000 次以上，文案需經本局同意後方能執行。
4. 規劃書應於活動舉辦前 40 日函送機關核准後執行，並於活動結束後 14 日內函送成果報告予機關備查。

(三)上述宣導提及之抽獎活動，需提供宣導品，數量至少達 200 份(單價 150 元)。

(四)透過大數據分析工具追蹤本局政策網路聲量，不定期提供策略供本局參考。

(五)協助辦理臨時或緊急性相關議題媒體之因應作業(含新聞稿、記者會、圖文懶人包、電子文宣等)。

七、上述各項活動活動需公開露出「淨零綠生活」及聯合國永續發展目標(SDGs)字樣。



- 八、上述各項活動規劃書除有指定期限外者，其餘應餘活動舉辦前1個月函送機關核准後執行，於活動辦理完成後兩週內提送成果報告；並需將活動資訊(由機關另行通知)與活動概述、照片(辦理日期後3日內)發布於機關指定網頁(由機關另行提供)。
- 九、協助其他與本計畫相關之臨時交辦工作事項：含美術編輯(Adobe Illustrator 或 Adobe Photoshop 等繪圖軟體之能力)及影片剪輯相關工作事項。

1-4 計畫實際達成進度及查核點說明

表 1-4-1、實際達成進度及查核點說明

工作內容項目執行情形			實際執行進度(%)						
項次	工作內容項目	實際執行情形	進度百分比 (%)	差異分析(打√)			落後 原因	困難檢 討及對 策	預計改 善完成 日期
				符合	落後	超前			
1	辦理雲林縣環保局 季節性大型宣導活 動	已於3月18日~3 月21日、9月21 日及12月20日共 辦理完成3場次。 合計1,704人參與。	100%	√					
2	辦理環保文宣設計 及印製相關事宜	已完成600份桌曆 及1,000份L夾。	100%	√					
3	辦理雲林縣環保局 空氣污染防制或淨 零永續等相關新聞 媒體露出20則	共完成21則。	100%	√					
4	辦理空氣污染防制 或淨零永續等環境 議題相關記者會	已於11月24日辦 理完成清溝記者會 一場次。	100%	√					
5	辦理空氣污染防 制、淨零永續等環 境議題媒體交流會	已於4月14日辦 理完成。	100%	√					



工作內容項目執行情形			實際執行進度(%)						
項次	工作內容項目	實際執行情形	進度百分比 (%)	差異分析(打√)			落後 原因	困難檢 討及對 策	預計改 善完成 日期
				符合	落後	超前			
6	製作影音媒體進行 主題式議題宣傳本 局施政策略及成果	已製作完成2場 次。	100%	√					
7	辦理網路社群媒體 合作進行主題式議 題宣傳	已辦理完成2場 次。	100%	√					
查核點		完成時間		查核點內容說明					
工作計畫書		114.03.11		於履約起始日起1個月內，於期滿次日起5日內提出工作計畫書6份，於3月11日提送工作計畫書初稿。					
期中報告		114.08.14		於履約起始日起6個月內，於期滿次日起5日內提出期中報告，份數依委員人數訂定。於8月14日提送期中報告初稿7份。					
期末報告		115.01.13		於履約期滿次日起3日內提出期末報告，5份。於115年1月12日提送期末初稿。					



表 1-4-2、計畫進度及查核點

工作項目	月份	114年											115年
		2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1
(一) 完成人員、辦公設備、車輛提送		▲1											
(二) 完成保險提送		▲2											
(三) 辦理雲林縣環保局季節性大型宣導活動			▲4			▲9						▲25	
(四) 辦理環保文宣設計及印製相關事宜												▲22	
(五) 辦理雲林縣環保局空氣污染防制或淨零永續等相關新聞媒體露出 20 則			▲5	▲6	▲8	▲11	▲14	▲15	▲17	▲18	▲21	▲24	
(六) 辦理空氣污染防制或淨零永續等環境議題相關記者會						▲10						▲23	
(七) 辦理空氣污染防制、淨零永續等環境議題媒體交流會				▲5									
(八) 製作影音媒體進行主題式議題宣傳本局施政策略及成果							▲12				▲20		
(九) 辦理網路社群媒體合作進行主題式議題宣傳							▲13			▲19			
(十) 年度工作計畫書			▲3										
(十一) 期中報告								▲16					
(十二) 期末報告													▲26



表 1-4-3、各工作項目查核點說明

查核點	預定時間	預定完成內容	實際執行情形
▲1	2月	完成人員、辦公設備、車輛提送	已於2月完成
▲2		完成保險提送	已於2月完成
▲3	3月	完成提送年度工作計畫書	已完成並經審查通過
▲4		完成第一場次季節性大型宣導活動	3/18-3/21 辦理「智慧城市展」
▲5		完成新聞宣傳1則	已完成
▲6	4月	完成新聞宣傳3則	已完成
▲7		完成辦理媒體交流會1場次	已於4月辦理完成
▲8	5月	完成新聞宣傳5則	已完成
▲9	6月	完成第二場次季節性大型宣導活動	第二場延至9月21日辦理
▲10		完成辦理記者會1場次	辦理契約變更取消原定第1場記者會，改為新聞稿則數5則
▲11		完成新聞宣傳6則	已完成
▲12	7月	完成影音媒體宣傳1場次	已於7月完成影片《雲林空氣守護者》《汽車定檢好EASY》
▲13		完成網路社群媒體宣傳1場次	已於6月完成與Joyce合作社群貼文
▲14		完成新聞宣傳7則	已完成
▲15	8月	完成新聞宣傳8則	已完成
▲16		提送期中報告	已於8月10日提送期中報告
▲17	9月	完成新聞宣傳11則	已完成
▲18	10月	完成新聞宣傳14則	已完成
▲19		完成網路社群媒體宣傳2場次	已於10月完成「雲林一日遊」合作社群貼文
▲20	11月	完成辦理記者會1場次	已於11月24日辦理清溝記者會
▲21		完成新聞宣傳16則	已完成
▲22	12月	完成環保文宣品共1,100份	已印製桌曆600份，L夾1,000份
▲23		完成影音媒體宣傳2場次	已完成
▲24		完成新聞宣傳20則	已完成
▲25		完成第三場次季節性大型宣導活動	已於12月20日辦理「幸福循環·綠色聖誕派對」
▲26	115年1月	提送期末報告	已於115年1月12日前提送期末初稿



第二章 背景現況概述

2-1 自然人文環境

一、自然環境

雲林縣位於臺灣中部，西邊濱臨臺灣海峽，東邊以斗六丘陵與南投縣相隔，南邊以北港溪、石龜溪與嘉義縣相鄰，北邊以濁水溪與彰化縣相鄰，外有外傘頂洲。縣治及最大城市為斗六市，因行政區劃變更而成為台灣本島唯一不存在同名「市」的縣份，雲林縣內轄有 1 市 5 鎮 14 鄉，共有 20 個鄉鎮市。

雲林縣大部分位處臺灣西部的嘉南平原上，土地面積 1,290.83 平方公里，地形平坦，氣候溫和，主要產業為農漁業及糖業，為臺灣農業大縣之一，有「農業首都」之稱。在臺灣西部各縣市中其工商業規模較小，境內的第六套輕油裂解廠為臺灣規模最大的石化工業區，產值達 2 兆新臺幣，為雲林縣生產總額的主要部分，並約佔全臺灣 GDP 的一成。由於早期中央政府的重北輕南政策，以致該縣至今仍以臺灣糧倉及第六套輕油裂解廠為主要帶給人們的印象。地方特產方面，有文旦、柳丁、茂谷柑、雲頂茶、酸菜、西瓜、木瓜、甜瓜、軟枝楊桃、濁水溪米、醬油等，山區的古坑鄉則因盛產咖啡，而發展出古坑咖啡特色產業。

二、居住人口

依據雲林縣戶政資訊網最新統計數據至 114 年 12 月，人口數為 652,989 人；男性 334,243 人，女性 316,746 人，分析近五年雲林縣人口數自 110 年 670,132 人減少至 114 年 12 月 652,989 人，呈負成長，雲林縣近五年人口數統計表如表 2-1-1 所示，114 年各鄉鎮市人口數如表 2-1-2 所示。



表 2-1-1、雲林縣近五年人口數統計表

年度	戶數	男	女	人口數合計
110	244,779	346,358	323,774	670,132
111	245,397	342,812	321,280	664,092
112	246,974	340,082	319,386	659,468
113	252,320	338,827	320,004	658,831
114	262,407	334,243	316,746	650,989

資料來源：雲林縣戶政入口資訊網

表 2-1-2、雲林縣鄉鎮市人口數

區域別	戶數	男	女	合計
斗六市	44,533	53,461	55,569	109,030
莿桐鄉	10,164	14,057	13,144	27,201
林內鄉	6,298	8,502	7,783	16,285
斗南鎮	17,964	21,843	21,479	43,322
古坑鄉	12,215	15,190	14,003	29,193
大埤鄉	6,999	9,284	8,237	17,521
虎尾鎮	29,699	35,708	35,641	71,349
土庫鎮	10,532	14,138	13,096	27,234
褒忠鄉	4,640	6,151	5,339	11,490
元長鄉	9,388	12,282	10,196	22,478
西螺鎮	16,721	22,028	21,947	43,975
二崙鄉	9,470	12,915	11,250	24,165
崙背鄉	9,197	11,753	10,502	22,255
北港鎮	16,668	18,942	18,111	37,053
口湖鄉	9,230	12,741	11,204	23,945
水林鄉	9,563	11,960	9,845	21,805
麥寮鄉	16,249	24,045	24,770	48,815
東勢鄉	5,870	7,137	5,748	12,885
臺西鄉	8,447	11,074	9,704	20,778
四湖鄉	8,560	11,032	9,178	20,210
總計	262,407	334,243	316,746	650,989

資料來源：雲林縣戶政入口資訊網 統計至 114 年 12 月

2-2 雲林縣施政重點

一、雲林縣推動減污減碳措施

近年來，雲林縣以嶄新的形象和蓬勃的發展，翻轉了以往被稱為「文化沙漠」的刻板印象，成為台灣一顆耀眼的新星。在張縣長帶領下，雲林縣的觀光旅遊產業迅速成長，觀光人次從上任初期的700多萬，一路增長至去年的1,970多萬人次，今年更有望突破2,000萬人次大關。

雲林縣的發展不僅局限於觀光產業，更朝向「農工商科技城」的願景邁進，積極推動智慧城市的建設。2023年，雲林縣首次參加國際智慧城市論壇(ICF)的評選，在來自全球450多個參賽城市中脫穎而出，於3月份榮獲「全球21大智慧城市」的殊榮，並於6月更進一步成為「全球7大智慧城市」，成為亞洲唯一入選的城市，象徵雲林縣在智慧科技與永續發展領域的卓越成就。

雲林縣的轉型，正展現出以智慧科技、文化創新及永續發展為核心的多元面貌，不僅吸引國內外關注，也為雲林縣在全球智慧城市版圖中奠定了重要地位。

各國普遍致力於資源開發與經濟成長，而環境保護與生活品質的提升，則已成為全球共同追求的趨勢。

根據環境部核定第二期空氣污染防制方案(113年至116年)，作為未來空氣污染防制之上位政策。近年全國空氣品質持續改善，但細懸浮微粒(PM_{2.5})及臭氧(O₃)仍有部分區域未符合空氣品質標準、特定季節仍有較高濃度之情形，因此第二期方案以「持續改善空氣品質、精準治理區域性及季節性空品、評估國家重大政策對空品影響」重點規劃策略。

旨在透過精準治理及淨零轉型策略，結合跨領域單位的合



作，推動多項減污減碳措施，預計透過以下措施達成改善目標：

- (一) 精進行業減量技術：推動燃煤機組除役，減少揮發性有機污染物的排放。
- (二) 全面掌握車輛機具：加速汰換燃油汽機車和柴油車，設立空氣品質維護區。
- (三) 建立跨部會專案管理：改善港口、民俗活動和民生議題所引發的污染問題。
- (四) 監控區域開發：推動大型開發案件的空污增量抵換。
- (五) 特定季節加強應對措施：針對地理和季風變化引發的跨區域污染提出解決方案。
- (六) 2050 淨零共利減污：逐步設置太陽能光電發電系統。

此外，雲林縣在 109 年至 110 年連續兩年榮獲環境部空氣品質維護或改善工作執行績效評比「特優」，111 年至 112 年績效評比優等，這些持續的努力顯示，雲林縣環境保護局正積極推動各項措施，以改善空氣品質，提升民眾的生活環境。

二、各科室重點推動整合

雲林縣環境保護局依各科室職掌，推動多項環境保護與永續發展的施政重點，主要科室及其施政重點如下：

(一) 空氣噪音管理科

1. 空氣品質改善計畫：推動第二期空氣污染防制計畫(2024-2027 年)，實施精準治理與淨零轉型策略，預計減少 PM₁₀、PM_{2.5}、SO_x、NO_x 等污染物排放，全面提升空氣品質。
2. 道路污染源管理創新：全國首創 AI 普查道路分級系統，精準掌握道路污染源，針對揚塵問題進行科學化管理，提升道路環境品質。
3. 智慧空氣品質感測網建置：在產業園區、交通敏感



區及社區布建 800 點空氣品質感測器，覆蓋全縣 20 個鄉鎮市。透過感測數據，精準掌握污染熱區異常事件，提列與追蹤可疑污染源，並與產業園區建立橫向聯繫管道，推動廠家輔導與自主管理，改善空氣污染問題。

4. 環境資訊智慧化便民服務：推出「雲林縣環境資訊整合 APP」，提供空氣品質測站即時資訊(含氣象、微感器數據)及離島工業區環境監測資訊。同時，系統具備異常數值自動推播預警功能，提醒使用者做好防護措施，並推廣環保新聞及活動資訊，增強民眾對環境的即時關注與參與。

(二)水質保護科

1. 海域與水質智慧監測：啟用首座「海域水質監測站」，實現全年 24 小時自動量測與紀錄，強化海域水環境治理。同時，在重點區域布建智慧型 AI 水質感測器，24 小時監控水體的酸鹼值、溫度、溶氧量及導電度等指標，透過科技手段提升水質監測效率，確保水環境品質。
2. 畜牧糞尿資源化與沼氣發電：為推動畜牧廢棄物減量與再利用，雲林縣已完成 12 家畜牧場沼氣發電設施建置，年發電量約 160 萬度，等同 440 戶家庭用電，兼具污染防治與綠能效益。相關宣導以「糞金變綠能、肥分再利用」為核心訊息，透過新聞與社群貼文讓民眾了解畜牧資源循環與沼氣發電的環保價值，提升對農業永續及循環經濟的認同。

(三)廢棄物管理科

1. 資源回收與垃圾減量：推動各鄉鎮市資源回收、垃



圾減量、環境清潔考核及公廁評鑑，提升廢棄物管理績效。

2. 廚餘資源化：禁止廚餘養豬，推動廚餘資源化製成肥料，保護農業環境並促進資源循環。
3. 推動「轉廢為能，垃圾全循環」專案，創建「零廢棄資源化系統(ZWS)」與「全移動式垃圾機械分選產製 SRF 系統(MMT)」，將家戶垃圾中具適燃性的廢棄物轉製為固體再生燃料(SRF)，並與台塑石化合作，作為鍋爐燃料使用，替代傳統生煤，降低空氣污染與碳排放。

(四)環境衛生科

1. 毒性化學物質災害防治：負責預防、應變及處理毒性化學物質相關災害，確保公共安全。
2. 輔導事業機構妥善處理事業廢棄物：提供指導與協助，確保事業機構有效且合法地處理其產生的廢棄物。
3. 毒化物擴散模擬 3D 光雕投影系統：利用 3D 光雕技術模擬毒化物洩漏擴散，增強應急決策能力，為災害防治與教育提供直觀工具，提升公共安全意識。
4. 環境清潔與公共衛生維護：推動「菸蒂不落地」及「清水溝、除積水」等行動宣導，呼籲民眾共同維護公共環境整潔，減少垃圾、菸蒂及阻塞排水問題，強化縣民對環境整潔與衛生維護的參與意識。

(五)綜合計畫科

1. 環境教育推廣：舉辦各類環境教育活動，如淨零綠生活工作坊，提升民眾環保意識與參與度。
2. 多元環境教育體驗推廣：結合環境教育設施場所、

環境教育繪本與環教輕旅行，提供民眾多元學習管道，讓環保知識融入生活，深化環境意識。

3. 開發案環評審查：嚴格審查各類開發案的環境影響評估，確保開發活動符合環境保護要求。
4. 環境監測與管理：持續監測重大開發案的環境影響，確保環境品質不受破壞。

環保局各科室透過上述施政重點，致力於改善雲林縣的環境品質，推動永續發展，保障居民的健康與福祉。

2-3 淨零碳排12項關鍵戰略

「淨零綠生活」是台灣2050淨零轉型12項關鍵戰略之一，台灣淨零轉型需從推動「淨零綠生活」開始，包括全民食、衣、住、行、育、樂、購的行為及消費模式改變，進而促使產業供給端的改變，降低溫室氣體排放。環境部自109年起為提升綠生活理念並養成民眾綠生活行為與習慣，積極推動「全民綠生活運動」，並以「全民綠生活資訊平台」，向全民推廣如何一起響應、力行綠生活。「愛地球不只是一種生活風格，也是一項很潮的生活態度」，「綠生活」是一種友善環境的生活方式，從食、衣、住、行、育、樂、購等生活小細節，結合全國機關、學校、企業、民間團體、社會及民眾一同動起來，改變小小的生活習慣，創造大大的綠生活未來。

永續發展是近年來世界各國日漸重視的議題，尤其在面對極端氣候的衝擊下，必須提前做好減緩與調適工作，雲林縣積極推動各項施政作為以因應氣候變遷，縣府在110年11月16日成立「因應氣候變遷專案辦公室」致力推動雲林減碳及產業轉型。此外，雲林縣是農業大縣不只要降低氣候變遷的風險，更落實淨零減碳。因此，縣府將112年訂為「減碳生活行動年」，優先擬定推動「低碳、負碳農業」及「落實淨零綠生活」兩大減碳主軸，分別訂定執行面向，逐步落實低碳行動。



圖片來源：國發會

圖 2-3-1、台灣 2050 淨零轉型十二項關鍵戰略

第三章 關鍵課題與創新作法執行成果

3-1 公民咖啡館「綠色對話」辦理成果

本計畫已辦理公民咖啡館形式之交流活動，以「雲林環境推動你我共同行動」為主題，於 114 年 4 月 14 日上午 10 時 10 分至 11 時 30 分，假 Wei 咖啡（雲林縣斗六市南揚街 12 號）辦理 1 場次交流會，邀集媒體記者、專家學者及本局相關人員參與，實際與會人數共 36 人（記者 14 人、專家學者 2 人、局內長官 8 人、工作人員 12 人）。交流內容聚焦於「資源循環」、「垃圾減量」、「空氣品質管理」與「環境教育」等面向，並就政策推動現況與媒體溝通重點進行意見交換，強調媒體在環境政策理解與議題傳播上的關鍵角色。

活動過程中採取公民咖啡館之開放式對話與自由發言形式，鼓勵與會者分享實務經驗與觀察，營造輕鬆且具互動性的討論氛圍。透過多元觀點交流，促進媒體與政策端對環境議題之理解與共識，並作為後續政策宣導重點與溝通方式調整之參考。本次交流會之辦理時間、流程規劃及討論重點內容，詳如第四章 4-5「媒體交流會辦理情形」說明。

3-2 導入減碳規劃，扣合 2050 淨零排放目標之執行成果

配合我國 2050 零排放政策推動方向，本計畫於 114 年度各項活動及會議辦理過程中，實際導入減碳規劃概念，將減碳思維納入活動設計與執行流程。執行內容涵蓋活動中主要排放來源之盤點，包括直接排放項目(如接駁車、飲水設備及流動廁所等)、能源間接排放(如照明、投影等用電設備)，以及其他間接排放來源(如餐具使用、廢棄物產生、印刷品使用及民眾自行前往會場之交通行為)。

本年度共辦理 3 場大型宣導活動及 1 場交流會，並依各場次活動特性，針對主要排放項目進行減碳量估算。114 年度全年合計減碳量

達 1,556.16 碳排放量。相關估算成果作為後續活動規劃與管理之參考基礎，並透過實務操作，逐步建立活動辦理結合減碳思維之示範模式，強化政策宣導與實際行動之連結。

表 3-1-1、114 年度合計減碳量成果

活動名稱		大型活動 第一場次- 2025 智慧城市展 (僅針對工作人員做計算)	大型活動 第二場次- 潔淨雲林· 清秋共行	大型活動 第三場次- 幸福循環· 綠色聖誕派對	媒體交流會
與會人數	參加民眾	925	426	384	36
	工作人員	25	25	30	12
交通方式	自行前往	-	-	-	-1.44
	高鐵	-272.48	-	-	-
廢棄物處理	廢棄物	-	-2.52	-2.52	-
	廚餘	-	-	-14.42	-
自來水	攤販用水	-	-390	-390	-
	流動廁所	-	-31.2	-31.2	-
其他	使用環保餐具	-54.55	-226.43	-135.83	-10.06
	印刷品	-8.09	-11.55	-14.85	-8.09
預估碳排放量		1375.4	1178.25	1192.67	56.81
實際碳排放量		1040.29	597.24	592.33	17.10
實際減碳量		-335.11	-581.01	-600.34	-39.70

參考環境部氣候變遷署「事業溫室氣體排放量資訊平台」公告之溫室氣體排放係數管理表（版本 6.0.4）

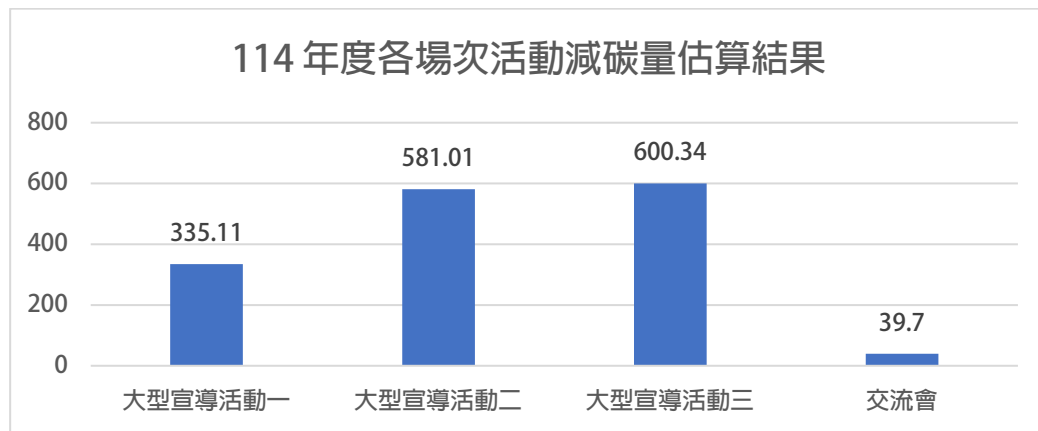


圖 3-1-1、114 年度各場次活動減碳量估算結果

3-3 永續與環境素養調查之執行成果

為掌握民眾參與環境教育宣導活動之實際成效，本計畫於各項宣導活動後，透過問卷調查方式，蒐集民眾對永續發展與環境素養相關議題之認知、態度及行動意向回饋。問卷內容係依活動主題與宣導重點，融入永續發展與環境素養相關指標設計，並進行質性與量化資料之彙整分析。

相關調查結果作為檢視本年度宣導與教育推動成效之參考依據，並提供後續活動內容規劃與宣導策略調整之方向。另有關環境素養問卷之長期管理與應用機制，目前因管理計畫仍在研議中，將視後續政策推動需求與執行情形，逐步精進相關作法，以提升環境教育推動之精準度與實用性。

3-4 FB粉絲專頁整體風格主視覺設計

為強化政策宣導之整體識別度與議題溝通效果，本計畫於 114 年度共規劃並發布 11 則臉書版頭視覺圖片，配合年度重要節日、政策宣導重點及時事議題進行設計與更新。版頭主題依不同月份，結合節慶氛圍與環保政策內涵，包含新年迎新、地球日、世界環境日、世界清潔日、節能減碳宣導、永續生活推廣及年終回顧等主題，透過視覺化方式提升民眾對環保議題之關注度與辨識度，有助於建立一致性的政策溝通形象，並強化環保政策於數位媒體之持續曝光效果。



圖 3-1-2、114 年度環保局粉絲專頁主視覺設計

第四章 工作內容與執行成果

4-1 辦理雲林縣環保局季節性大型宣導活動

一、活動目的

為擴大環境保護相關宣傳，透過季節性大型宣導活動，加深民眾對環境保護的重要性及相關議題的認識，營造全民參與環保的氛圍，並以空氣品質改善、廢棄物減量及資源回收等實際做法，幫助民眾將環保理念轉化為日常生活中的具體行動，實現永續發展目標。

二、辦理場次：114年度共辦理3場次

三、辦理規模：每場次300人以上

表 4-1-1、季節性大型宣導活動辦理場次表

場次	活動類型	辦理時間	辦理主題	參與人數	辦理地點
1	主題專案	3月18日-3月21日	2025 智慧城市展－展現雲林智慧環保與永續成果	862人	台北南港展覽館
2	節日活動	9月21日	世界清潔日－全民響應環境整潔行動，提升公共環境意識	426人	虎尾央廣數位影音基地
3	節日活動	12月20日	幸福循環·綠色聖誕派對－以節慶聚會推廣資源循環與永續理念	414人	西螺森活武術園區

四、辦理成果：

(一) 第一場次：2025 智慧城市展

雲林縣以「智慧決策精準管理-環境資訊整合與模擬」，在「2025 智慧城市創新應用獎」中榮獲智慧治理獎項，透過整合環境資訊，運用智慧化的決策管理系統，提升環境



治理的效率與精準度，展現雲林縣在智慧治理領域的創新應用。

1. 辦理日期：3月18日(二)~3月21日(五)，共4天
2. 辦理地點：南港展覽館2館
3. 參與對象：一般民眾及各界代表
4. 參與人數：長官15人，工作人員7人，
一般民眾840人，共計862人

表 4-1-2、2025 智慧城市展頒獎典禮議程

時間	3月18日典禮議程
10:30-10:32	開場及與會貴賓介紹
10:32-10:50	智慧城市展主辦單位致詞
	淨零城市展主辦單位致詞-國家發展委員會
10:50-11:00	「2025 城市能源轉型獎」頒獎與合影(4組)
	「智慧城市創新應用獎-中央暨相關機關」頒獎與合影(3組)
11:00-11:25	「智慧城市創新應用獎-縣市政府部門」頒獎與合影(12組)
11:25-11:35	焦點儀式及合影
11:35-12:00	展覽參觀

5. 活動成果

(1) 活動概述與展出亮點

雲林縣以「智慧決策精準管理-環境資訊整合與模擬」項目，榮獲 2025 智慧城市創新應用獎-智慧治理類別獎項，旨在透過整合環境資訊，運用智慧化的決策管理系統，提升環境治理的效率與精準度，展現了雲林縣在智慧治理領域的創新應用。在環境保護方面，雲林縣環保局建立「環境智慧決策

支援系統(Y.E.S)」，並利用城市感測器和 3D 光雕技術進行即時變化監控，推動資源循環與污染管理，確保環境安全，並結合本局其他環保施政成果，如：再生粒料應用、黑水虻生態、雲溉肥、水質感測器、環境教育繪本及輕旅行路線，展出內容如表 4-1-3、圖 4-1-1。

表 4-1-3、2025 智慧城市創新應用獎活動展出內容

展出內容	亮點與目標
毒化物擴散模擬 3D 光雕投影系統	利用 3D 光雕技術模擬毒化物洩漏擴散，增強應急決策能力，為災害防治與教育提供直觀工具，提升公共安全意識。
雲林縣環境智慧決策支援系統(Y.E.S)	將散落於各環保管理系統資料匯入整合式倉儲彙整提供操作者即時查調及統計分析，並融合地理資訊系統解析環境污染時間與空間上變化趨勢，且應用即時監測數據於環境品質惡化期間以即時告警訊息示警。
焚化底渣與再生粒料應用	展示焚化廢棄物的再利用技術，將底渣轉化為再生建材，減少對天然資源的依賴，推動循環經濟。
黑水虻生態與資源應用	黑水虻的環保應用，實現有機廢棄物分解與資源再生，推廣於永續農業及減廢領域的潛力，打造綠色生態循環。
雲溉肥	利用廚餘製成「雲溉肥」，具備友善環境生態平衡，增加土壤肥力，種出無毒優質作物優點，供縣內社區、機關、學校及一般民眾申請取用，把廚餘再利用從觀念的發想，到實地的使用，成為一個全方位、系統性處理模式，創造零廢棄友善循環。
水質感測器	每分鐘監測水質一次，若有異常就發出警訊，透過數位通訊、AI 技術和雲端系統回報，經由後台的大數據分析，嚴密監控河川水體及水質。
繪本-阿寶的大腳丫	生動有趣地向孩子傳遞環保與永續理念，啟發下一代關注淨零排放與自然保護，深化環保教育。
雲林環境教育輕旅行	推廣零碳足跡旅遊，結合在地文化與生態，提升綠色旅遊的認同感，促進永續觀光發展。

<p>3D 光雕投影系統</p>	<p>環境智慧決策支援系統(Y.E.S)</p>
<p>焚化底渣與再生粒料應用</p>	<p>水質感測器</p>
<p>阿寶的大腳丫繪本</p>	<p>雲林環境教育輕旅行</p>

圖 4-1-1、2025 智慧城市展活動展出內容

2025 智慧城市展為期 4 天，於 114 年 3 月 18 日正式展開，共計 840 人參與，有著中央部會、地方機關單位及民間企業智慧成果的展現，活動期間亦有來自不同國家的外國貴賓，於展出 4 天邀請謝祝欽、謝牧翔、

蔡正國三位外語翻譯接待外賓，更有效地呈現及推廣雲林縣智慧成果。

雲林縣以「智慧決策精準管理-環境資訊整合與模擬」榮獲智慧治理類創新應用獎，展區重點呈現「環境智慧決策支援系統(Y.E.S)」，並設置VR互動體驗，供民眾進一步體驗智慧與環境治理結合的成效，透過現場解說，更清楚了解污染通報執勤過程，如何依據數據整合與地理資訊分析，結合智慧應用達成有效管理，提升污染監測與應變能力，展示內容說明如下，辦理情形如圖 4-1-2 所示。

- A. 毒化物擴散模擬 3D 光雕投影系統為環保局與雲林科技大學-環境事故應變諮詢中心共同研發之技術，以六輕工業區廠區模型透過 3D 光雕擴散模擬系統，呈現與真實毒化災事故可能擴散範圍情境，並設置污染擴散熱區冷區，真實呈現供民眾互動體驗，予以了解此系統操作模式，降低災害影響範圍及損失。
- B. 焚化底渣與再生粒料應用於展區展示焚化底渣、粒料及應用成品如擴香石及盆栽，透過解說讓民眾了解其應用原理及永續作為，以廢棄物再造成品展現，並贈送擴香石予民眾，縮短民眾與廢棄物應用的接觸距離，深化廢棄物再造的永續能量。
- C. 黑水虻生態循環及雲澆肥，展示黑水虻標本並透果解說與圖片展示，進一步帶領民眾了解黑水虻的一生及應用範圍，並透過雲澆肥製成原理，講述資源全循環之應用方式，使其了解資源不浪費成功的應用方式。

D. 環境教育輕旅行與阿寶的大腳丫環保繪本，邀請鎮西國小陳嘉銘校長及環教志工張旻潔現場講述雲林縣環境教育概況，介紹轄內 11 處環境教育場所，並透過阿寶的大腳丫環保繪本之 17 項 SDGs 小故事，帶領民眾深入其境，一同與阿寶遊雲林。

	
毒化物擴散 3D 光雕投影系統	環境智慧決策支援系統(Y.E.S)
	
焚化底渣與再生粒料應用	黑水虻生態循環與雲澆肥
	
水質感測器	雲林環境教育輕旅行

圖 4-1-2、2025 智慧城市展推廣情形

(2) 闖關集章活動

為提升互動性與民眾參與度，活動規劃集章闖關活動，民眾依序完成三項主題任務後，透過 LINE 掃描 QR Code 完成集章，集滿三章即可兌換盥洗包乙份。本活動兼顧推廣成效與永續理念，採用數位化集章機制，落實無紙化行動。



圖 4-1-3、2025 智慧城市展活動宣導品

(3) 再生粒料推廣及有獎徵答活動

展期最後一日於服務台辦理有獎徵答活動，題目內容與再生粒料應用相關，現場共發送 6 盆粒料盆栽，與民眾互動良好，促進永續技術理解與體驗。



圖 4-1-4、2025 智慧城市展再生粒料推廣活動

(4)問卷調查與效益評估

考量本次活動為非定點、開放式參與形式，問卷以現場自願填寫方式進行，最終回收有效問卷 322 份，回收率約為 37.4%。問卷內容涵蓋基本資料、展出內容評價、環境態度與行為意願等項目，分析結果如下：

- A. 民眾年齡層以 31 至 50 歲為主，公務人員、退休人員居多，推估與展出地點位於北部、且於平日辦理有關。
- B. 所有體驗評估項目平均滿意度均高於 4.5 分(滿分 5 分)，其中以「願意在日常生活中採取更環保的行動」項目得分最高，達 4.77 分，顯示活動對提升民眾環保行動意願具正面效果。
- C. 展出內容獲肯定，包含毒化物 3D 模擬、Y.E.S 系統與再生粒料應用，皆有助於民眾理解智慧科技於環境治理之實質應用。

本次活動設計 15 道體驗評估題目，針對展出內容之認知成效與互動體驗進行回饋，經統計，各題平均認同分數皆達 4.5 分以上，整體滿意度表現良好，顯示本次展覽於教育與推廣面向均具成效。

多數受訪者認為活動內容能有效提升對環境問題的認識，展示主題清楚、易於理解，且具創意與吸引力。展區透過圖文說明、互動操作與現場解說，使參與者能直觀理解，整體而言，參與者普遍表示透過本次展覽，對環境保護議題有更深入的理解，並願意在日常生活中採取具體行動(如垃圾減量、節能省水等)，亦有意將所學環保知識主動分享給親友，帶動更多人關注並實踐環保行動，彰顯本活動社會擴散效益。

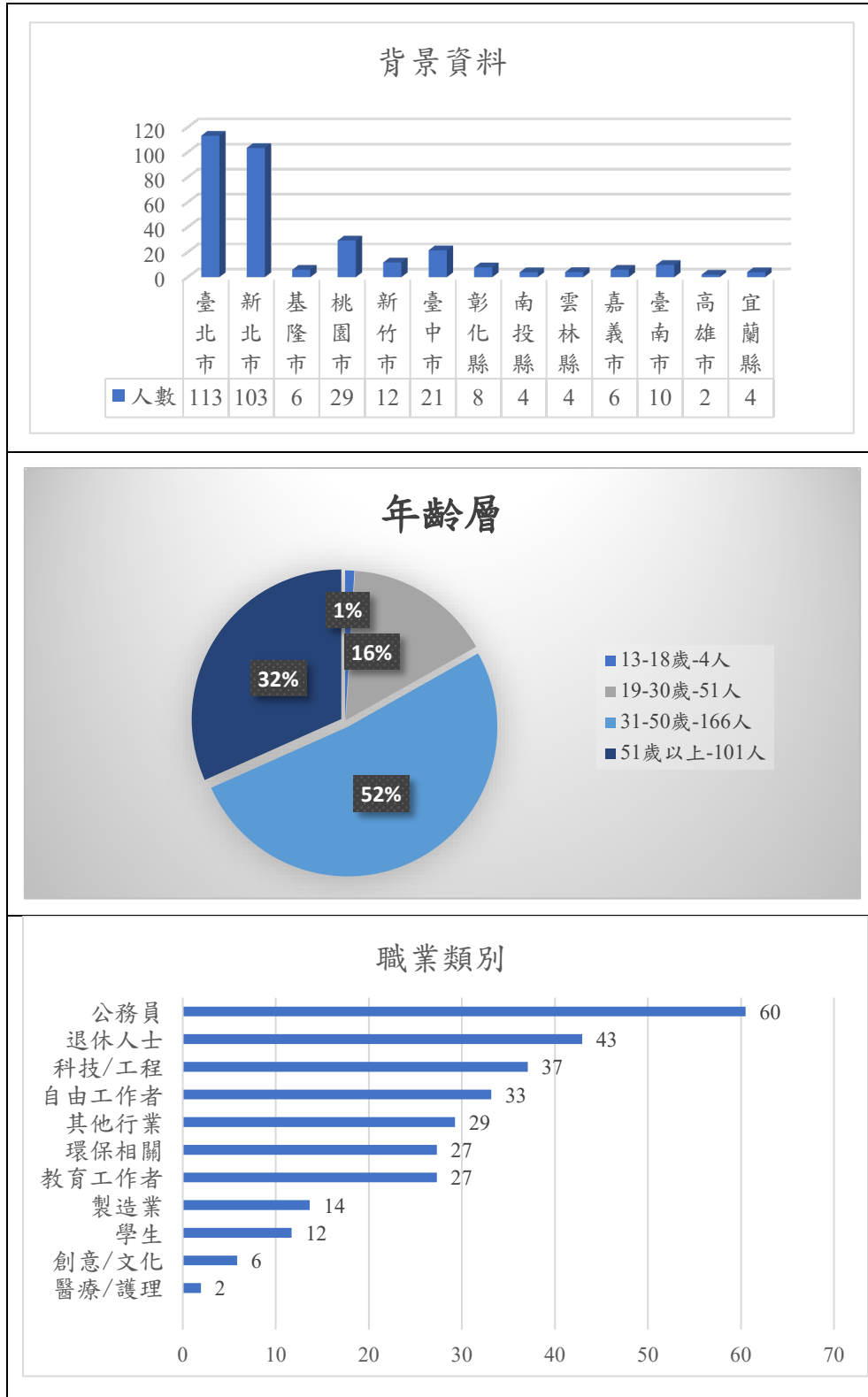


圖 4-1-5、2025 智慧城市展活動問卷分析-背景資料分析圖

表 4-1-4、2025 智慧城市展活動體驗評估表

序號	題目	平均 認同度
1	本次活動的內容有助於提升我對環境問題的認識	4.72
2	活動內容清楚且容易理解	4.71
3	我認為這場活動的設計很有創意，能夠吸引參與者投入	4.7
4	毒化物擴散模擬 3D 光雕投影系統：3D 光雕技術讓我更直觀理解毒化物擴散與環境風險	4.71
5	雲林環境智慧決策支援系統(Y.E.S)：這個系統幫助我了解如何透過數據與智慧管理提升環境治理效率	4.67
6	焚化底渣與再生粒料應用：這項技術讓我對廢棄物再利用及循環經濟有更深入的認識	4.7
7	黑水虻生態與資源應用：這項展出讓我理解黑水虻在廢棄物處理與永續農業中的應用價值	4.65
8	阿寶的大腳丫繪本：這本繪本能夠有效向兒童傳達環保與永續發展的概念	4.64
9	雲林環境教育輕旅行：這項介紹讓我對雲林旅遊和永續觀光的概念有更深的了解	4.68
10	參加這場活動後，我更關心環境議題	4.68
11	我對環境保護的重要性有了更深的理解	4.64
12	我願意在日常生活中採取更環保的行動(如減少垃圾、節能省水等)	4.77
13	這場活動讓我了解到環保集點的使用方式	4.74
14	活動中提供的資訊讓我更理解智慧科技如何應用於環境保護	4.74
15	我會向親友分享今天學到的環境知識	4.69

(5)活動碳足跡估算

本次展覽同步進行碳足跡估算，依據環境部及國家公告排放係數辦理，盤查範疇涵蓋展場用電、人員交通、住宿、餐飲及廢棄物等排碳來源。以展期 4 日為基準，並納入工作人員 25 人全程住宿、與會人員交通運輸、展場照明及設備用電等活動數據進行計算，預估總碳排放量為 1,040.29 公斤 CO₂e。此結果可作為

後續大型活動規劃與環境管理之參考依據，並協助評估減碳措施成效。

表 4-1-5、2025 智慧城市展碳足跡分析表

活動（會議）淨零指引分析表	
會議名稱：	第一場次大型活動-2025智慧城市展
活動日期：	2025/3/18~3/21
與會人員人數：	900
工作人員人數：	25
預估碳排放量（含負碳）： （二氧化碳公斤當量）	1375.40
實際碳排放量（含負碳）： （二氧化碳公斤當量）	1040.29
預估與實際差額量：	-335.11

差額量(+)代表實際較預估碳排多

差額量(-)代表實際較預估碳排少

(6)活動宣傳

為擴大展覽效益，雲林縣環保局同步於官方臉書粉絲專頁進行多篇推播，內容涵蓋展場亮點介紹、現場互動活動、得獎紀錄及展品導覽，搭配展期間影像素材進行線上擴散，使無法到場之民眾亦可了解本縣智慧治理推動成果，提升政策辨識度與參與意願。



圖 4-1-6、2025 智慧城市展雲林縣環保局臉書推廣內容

(7)活動成果與建議

2025 智慧城市展以「智慧環保 × 永續雲林」為主軸，展現雲林縣在環境保護與智慧應用的成果，藉由機關帶動企業與學術單位交流，推動技術創新與實務應用，強化環保科技發展動能。展覽結合互動體驗設計，讓民眾更直觀理解智慧治理概念與環保政策成果，提升政策親和力與縣民參與度。

此次展出由雲林縣政府計畫處及環保局各科室共同規劃，內容涵蓋空氣品質監測、污染防制、資源循環、綠生活推廣等面向，整體展出內容豐富多元。惟部分時段因人力調度不足，導致個別櫃位出現無解說人員情形，影響政策推廣成效。

建議策進作為如下：



1. 展前協調人力配置：於活動前召開協調會，確認各業務單位派員名單及時段輪值表，確保展期內各櫃位均有專人駐點解說。
2. 建立跨科室支援機制：針對大型展會或跨部門活動，建立人力支援輪替制度，以提升臨場彈性與應變力。
3. 強化現場導覽訓練：於展前提供簡要解說手冊及統一口徑說明，確保不同單位人員能一致傳達政策訊息。

透過上述策進作法，未來活動可兼顧展示品質與宣導效益，進一步強化民眾對雲林縣環保局施政成效之認同與好感。



(二)第二場次：潔淨雲林·清秋共行

每年 9 月的第三個周末，為世界清潔日，現為全球重要的環境保護節日之一，辦理具象徵性與行動力之大型戶外環境教育活動，以趣味遊戲為主軸，喚起全民對環境清潔、氣候變遷及永續生活的重視，邀請民眾加入環境保護行列，共同守護環境。

- 1.辦理日期：114年9月21日(星期日)09：00-12：00
- 2.辦理地點：虎尾央廣數位影音基地
- 3.辦理對象：一般民眾
- 4.參與人數：426人

表 4-1-6、潔淨雲林·清秋共行-議程表

時間	內容	備註
08:50-09:00	報到	
09:00-09:10	開場表演	虎尾鎮養生健康操協會
09:10-09:20	開幕式	貴賓及長官致詞
09:20-09:25	國家環境教育獎頒獎表揚	
09:25-09:30	113年民間企業及團體實施綠色採購績優單位表揚	
09:30-09:40	「小小清潔隊員」任務	闖關行動/減塑市集
09:40-09:50	環境清潔	
09:50-10:00	記者聯訪	
11:10-11:40	魔術互動表演	
11:40-12:00	摸彩活動	
12:00-	賦歸	

5.活動成果

(1)活動概述

「潔淨雲林·清秋共行」於 114 年 9 月 21 日結合世界清潔日辦理，共吸引 426 人參與。活動以趣味闖關遊戲為主軸，搭配抽獎與限量早鳥打卡禮(露營椅)，

成功帶動民眾參與熱潮，並提升雲林縣環境保護局之能見度。

本次結合環境教育宣導計畫進行綠色採購績優單位表揚，依「兩年未遭環境裁罰、連續推動綠色採購」之標準，表揚八家企業，包括：榮成紙業斗六廠、晶淨科技、潔之方服務事業、能碩工程顧問、展昇資訊、一鑫環境科技、長豐工程顧問及台灣曼寧工程顧問；亦結合環境教育規劃管理計畫，頒發第 10 屆雲林縣環境教育獎，肯定推動環境教育成效卓著之團體、事業、學校、社區與個人，分別為：

- A. 第一名：機關組－農業部農田水利署雲林管理處(農田水利環境教育園區)、學校組－潮厝華德福教育實驗國小、社區組－麻園社區發展協會、民營事業組－微醺農場、團體組－金湖休閒農業發展協會、個人組－董信宏。
- B. 第二名：團體組－沁窟丫腳文創協會、個人組－王振芳。
- C. 第三名：個人組－百漾·馬地克拉安、賴志恩。



縣長致詞



全體合影



圖 4-1-7、潔淨雲林·清秋共行-活動情形

(2) 清潔行動

呼應世界清潔日，邀請虎尾鎮平和社區於現場進行清潔行動，共清除約 5 公斤落葉。另辦理小小清潔隊任務體驗，設置 2 台趣味型挖土機，提供大小朋友模擬垃圾分類與回收作業，增進寓教於樂的環境教育效果。



圖 4-1-8、潔淨雲林 清秋共行-清潔行動

(3) 無塑市集

活動現場設置環保無塑市集，共計 11 攤在地特色美食全面禁用一次性用品，並以「自備環保餐具兌換闖關卡」方式進行，另提供循環餐具租借服務，共出借 101 份餐具，有效提升民眾減塑意識與行動力。

表 4-1-7、潔淨雲林·清秋共行-循環餐具出借紀錄表

項目	便當盒	不鏽鋼碗	筷子	湯匙	盤子	循環杯
出借數量	2 個	14 個	13 雙	4 支	2 個	66 個



圖 4-1-9、潔淨雲林·清秋共行-環保無塑市集

(4) 闖關互動遊戲

為提升環境知識與含量，設置 3 項結合環境議題之遊戲關卡，分別為學習正確分類的回收行動家、落實減碳作為的減碳行動家及響應淨零生活的即刻救援家，民眾可選取 2 項遊戲進行闖關，完成即可獲得集章，透過趣味方式進行環保知識傳遞。

表 4-1-8、潔淨雲林·清秋共行-守護環境闖關行動

關卡	關卡主題	關卡名稱	遊戲方式
一	正確分類	回收行動家	依題目(如塑膠袋、飲料罐、廚餘等)進行正確分類，將物品丟入正確分類桶，答對即完成闖關。
二	減碳行動	減碳行動家	民眾從桌上挑選出「自己今天能做到的3個減碳行動圖卡」，關主依照圖卡上的減碳數字進行加總，最後公布成果：「恭喜！你今天就減少了○○公克碳排！」即完成闖關。
三	淨零生活	即刻救援家	民眾抽取一張「情境題目卡」，卡片上會出現日常生活的減碳情境，例如「天氣很熱，你有什麼方法能省電又涼快？」或「今天要去便利商店買東西，你會怎麼做才更環保？」。



民眾體驗



小小清潔隊員任務



環境教育志工帶領闖關



最愛關卡票選

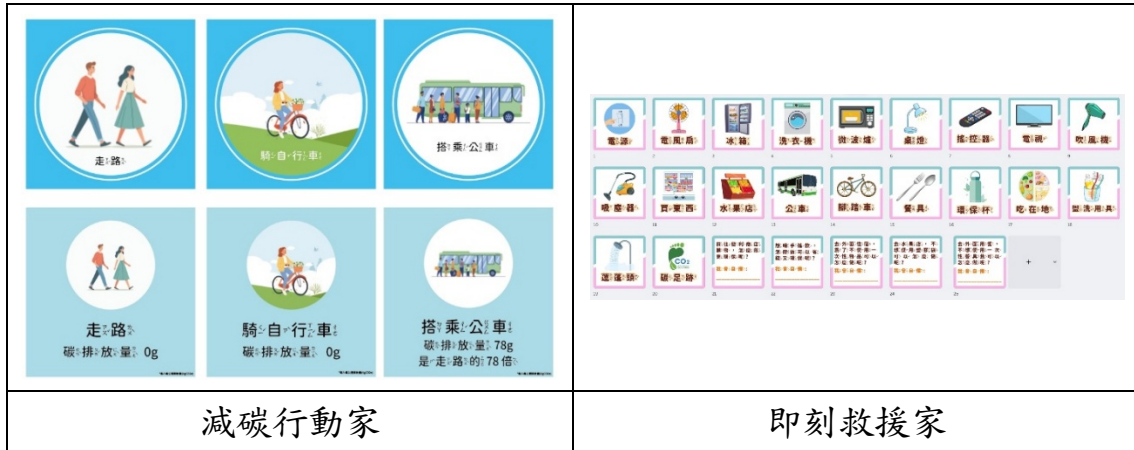


圖 4-1-10、潔淨雲林·清秋共行-守護環境闖關行動

(5) 摸彩活動

為加大闖關遊戲體驗成效，活動以出示環保餐具兌換闖關卡，亦邀請公部門單位如環保局水保科、環衛科、衛生局、消防局、警察局等政令攤位進行闖關行動，完成之後可填寫活動問卷，即可獲得擦手巾乙條，並可兌換摸彩券一張，並於活動尾聲抽出精美好禮，共計 30 項好禮配置如表 4-1-8 所示。

表 4-1-9、潔淨雲林·清秋共行-摸彩獎項設置

獎項	品名	數量
壹獎	Switch NS 主機	1 名
貳獎	平躺洗地旗艦機	1 名
參獎	iPad	1 名
肆獎	廚餘大師 Air	2 名
伍獎	音波震動牙刷	2 名
陸獎	好神拖	5 名
柒獎	清潔禮盒組	8 名
捌獎	央廣小書包	10 名



圖 4-1-11、潔淨雲林·清秋共行-摸彩辦理情形

(6)活動問卷

參加闖關行動及政令宣導體驗後，廣邀民眾填寫線上活動問卷，加贈擦手巾乙條，問卷針對活動內容配合環境素養設置問卷，調查民眾對於環保議題與知識之認知程度、環境態度、環保行動意識提升程度及建議事項，問卷採取線上表單方式進行，回收問卷176件，回收率約為41.3%。

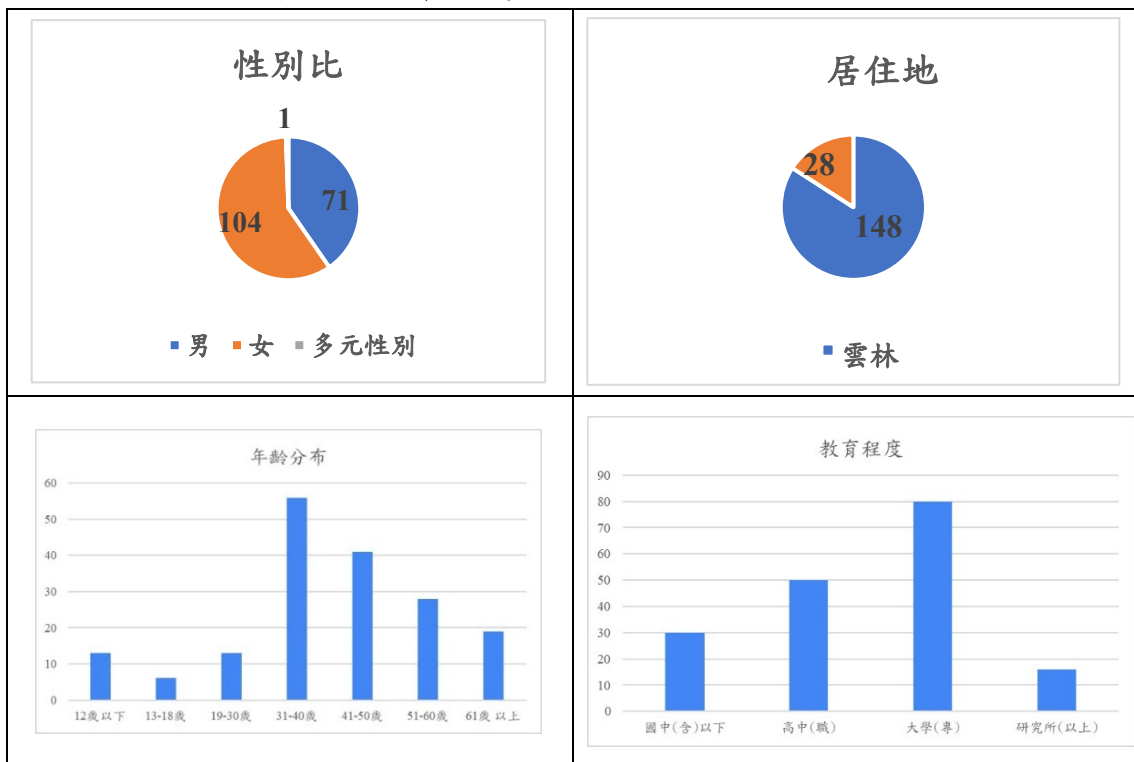


圖 4-1-12、潔淨雲林·清秋共行-問卷背景資料分析

此次參與民眾男女比為 68%，共有 84%之民眾居住地為雲林縣，而此次活動辦理為週日，虎尾央廣周邊亦有其他活動辦理，並且因發起民眾打卡活動，因而吸引 16%外縣市民眾參與；年齡層部分以 31-40 歲之民眾為多，其次為 41-50 歲，配合教育程度調查，以大學(專)以上佔 46%，其次為高中佔 28%，推估此活動為家庭參與較多，所以年齡集中在 31-50 歲區間。

為提升民眾之環境保護知識素養，透過遊戲方式帶動民眾關心環境問題，以闖關形式增加活動趣味性，針對活動內容設置 12 道題目，於民眾體驗後進行調查，根據體驗勾選最符合的選項，認同度滿分為 5 分，調查結果如下：

表 4-1-10、潔淨雲林·清秋共行-活動體驗評估

序號	題目	平均認同度
1	我了解「垃圾分類」的重要性	4.8
2	我平時會主動進行垃圾分類與資源回收。	4.8
3	我會減少一次性用品的使用，改用可重複使用的產品。	4.8
4	我會自備環保餐具或購物袋以減少塑膠使用。	4.8
5	我熟悉日常生活中可採取的節能方法(如節水、節電)。	4.8
6	我願意改變生活習慣(如減少開車、減塑)以降低對環境的影響。	4.7
7	我願意支持並購買價格較高的環保產品。	4.6
8	我願意花費額外的時間與金錢，支持減塑與回收行動。	4.6
9	我願意花時間參與環境清潔或保護活動。	4.7
10	我會將環保觀念與行為分享給家人與朋友。	4.8
11	活動設計的遊戲讓我更容易學習環保知識。	4.8
12	我願意在未來繼續參加類似的環境保護活動。	4.8

活動體驗評估針對活動內容的 12 道題目，平均分數都有達 4.6 以上，多數人認同此次活動有效提升對環境知識，且願意從自身做起，且願意將環保觀念傳遞給身邊的家人與朋友，讓人人都有環境保護的使命感。其中認同度較低的部分為環保習慣的養成如減少開車等等，推估因本縣的大眾運輸較為不普及，導致民眾在使用低碳運具方面較無法立即做出改變；在支持環保活動及環保產品方面，考量時間及經濟成本，影響民眾願意響應的意願，可透過環保產品優良認證介紹，說明友善環境亦處，讓民眾了解其對於環境之益處，並適時透過獎勵機制，推廣此類活動與產品，達到經濟環境雙贏成效。

考量現場孩童眾多，特別設計以投票方式蒐集小朋友對於闖關活動的偏好。結果顯示，最受歡迎的關卡為「挖土機體驗」，其次為「回收行動家」，顯示模擬操作與互動遊戲最能引起孩童共鳴，於現場設置最喜歡之闖關調查板，投票結果如表 4-1-10。

表 4-1-11、潔淨雲林·清秋共行-孩童最喜愛關卡投票結果

排序	關卡名稱	投票情形
第 1 名	挖土機體驗	票數最多 ●●●●●
第 2 名	回收行動家	次高 ●●●
第 3 名	減碳行動家	中等 ●●
第 4 名	即刻救援家	票數較少 ●

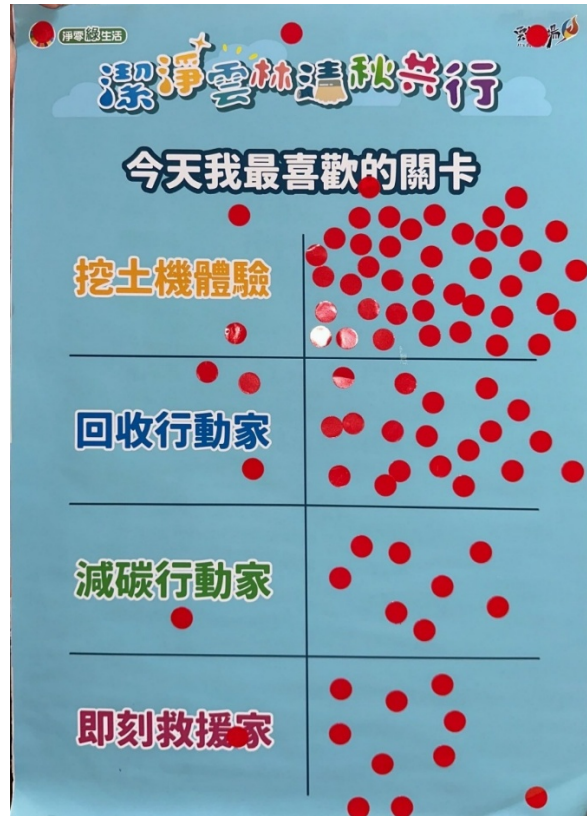


圖 4-1-13、潔淨雲林·清秋共行-孩童最愛關卡投票結果

(7) 宣傳推廣

A. 打卡貼文

設置活動打卡送好禮，於活動開始前，吸引上百位民眾參與，有效推播活動消息於各大平台，共累計 106 篇貼文於 Facebook、Instagram、Threads 貼文及現實動態中露出，成效頗彰。

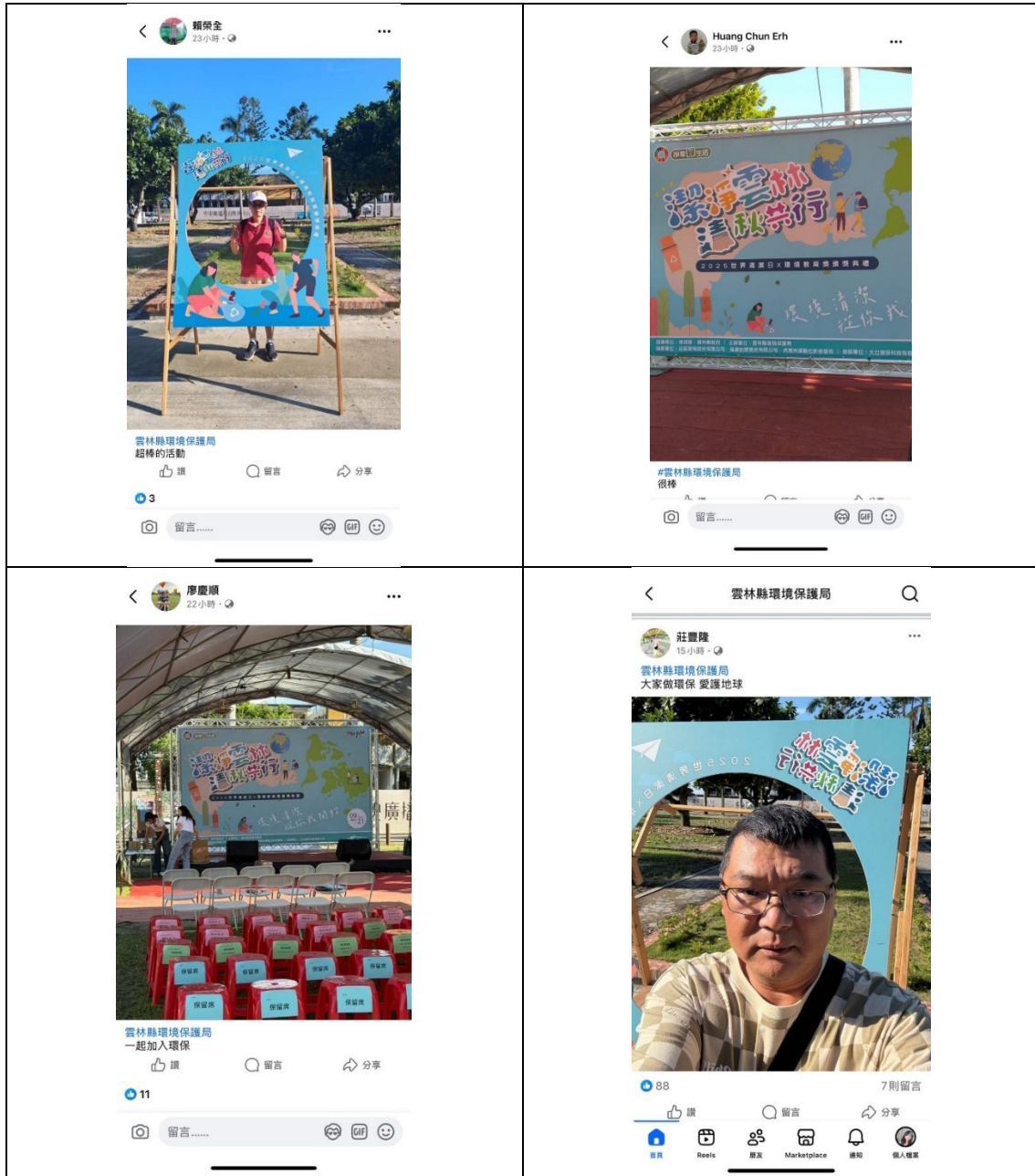


圖 4-1-14、潔淨雲林·清秋共行-民眾打卡示意

B. 媒體推播

此次活動發布新聞稿，機關及民間共計有 16 篇新聞稿露出，如表 4-1-11 所示。



表 4-1-12、潔淨雲林·清秋共行-媒體新聞露出

序	露出平台	新聞稿標題	網址
1	LIFE 生活網	展現守護環境決心雲縣府頒發環境教育獎	https://reurl.cc/GN27qD
2	Pchome 新聞	雲林縣響應世界清潔日 垃圾減量成效顯著	https://reurl.cc/EQ5k6v
3	三立新聞網	2025 世界清潔日×環境教育獎頒獎典禮「潔淨雲林·清秋共行」盛大舉行	https://reurl.cc/MzKrm3
4	工商時報	雲林垃圾量大減！全靠「破袋檢查」新制回收率飆破5成	https://reurl.cc/bmKMbE
5	中國時報	垃圾量大減！雲林實施沿線「破袋檢查」新制有成效回收率飆破5成	https://reurl.cc/K91Zzj
6	互傳媒	潔淨雲林凝聚全民力量！ 環境教育獎引領永續行動	https://reurl.cc/rYOpVy
7	天空傳媒	展現守護環境決心雲縣府頒發環境教育獎	https://reurl.cc/qYWybR
8	台灣好新聞	展現守護環境決心雲縣府頒發環境教育獎	https://reurl.cc/6qnWE5
9	台灣新生報	潔淨雲林清秋共行頒環境教育獎	https://reurl.cc/VWbKLQ
10	台灣新聞雲	潔淨雲林·清秋共行環境教育獎頒獎典禮盛大舉行	https://reurl.cc/ZNLD5Q
11	自由時報	雲林縣資源回收率大幅提升環保局仍呼籲「容器類」勿夾雜一般垃圾中	https://reurl.cc/WOKjgx
12	屏東時報電子報	雲林縣響應世界清潔日垃圾減量成效顯著	https://reurl.cc/nYGkMX
13	睿傳媒	雲林縣響應世界清潔日垃圾減量成效顯著	https://reurl.cc/6qnWRV
14	酷吧!生活誌	雲林縣響應世界清潔日垃圾減量成效顯著	https://reurl.cc/EQ5kv1
15	雲林縣政府	潔淨雲林·清秋共行環境教育獎頒獎典禮盛大舉行	https://reurl.cc/koKm9x
16	雲林縣環保局	2025 世界清潔日×環境教育獎頒獎典禮「潔淨雲林·清秋共行」盛大舉行	https://reurl.cc/Y3KLml

(8)活動碳足跡

此次活動共有 426 人參與，估算碳足跡排放量，計算活動展區用電量、活動人員使用循環餐具等等排放量，預估碳排放量約為 1178.25 CO₂e，實際碳排放量約為 597.24 CO₂e，預估與實際差額為-581.01 CO₂e。如表 4-1-12 所示。

表 4-1-13、潔淨雲林·清秋共行-碳足跡分析表

活動（會議）淨零指引分析表	
會議名稱：	第二場次大型活動- 潔淨雲林 清秋共行
活動日期：	114/9/21
與會人員人數：	426
工作人員人數：	25
預估碳排放量（含負碳）： （二氧化碳公斤當量）	1178.25
實際碳排放量（含負碳）： （二氧化碳公斤當量）	597.24
預估與實際差額量：	-581.01

(三)第三場次：幸福循環·綠色聖誕派對

以「綠色聖誕·循環好禮派對」為主題，結合聖誕節慶氛圍與環保理念，透過大型交換禮物活動，倡導「再利用、減浪費」的永續精神。鼓勵民眾以環保或二次利用的物品作為交換禮物，讓分享取代消費，傳遞資源循環與惜物愛物的觀念。同時結合節能佈置、減塑市集及互動闖關等元素，讓參與者在歡樂中實踐綠色生活。期望藉由寓教於樂的方式，提升全民環保意識，打造溫馨又具永續意涵的聖誕節慶活動。

1.辦理日期：114年12月20日(星期六)16:00-20:00



2. 辦理地點：西螺森活武樹公園
3. 辦理對象：一般民眾
4. 參與人數：414 人

表 4-1-14、幸福循環・綠色聖誕派對-活動議程表

時間	內容	備註
16:00-16:10	報到	
16:10-16:20	武術開場表演	安定幼兒園
16:20-16:30	開幕式	貴賓及長官致詞
16:30-16:40	營建工程評選頒獎	長官授獎
16:40-16:50	綠能發電，閃耀聖誕啟動儀式	
16:50-17:00	成果展現區/記者聯訪	
17:00-17:40	LED 特技光舞	交換禮物/聖誕市集/ 成果展示/DIY 活動
18:00-18:10	Y.N Dance	
18:40-19:20	曾崧璋 Benno	
19:20-19:30	最聖誕風攤位票選頒獎	
19:40-20:00	摸彩活動	
20:00-	賦歸	

5. 活動成果

(1) 活動概述

「幸福循環・綠色聖誕」於 114 年 12 月 20 日響應聖誕節辦理，共吸引 414 人參與。活動以綠色環保聖誕為主軸，搭配環保局本年度成果展現，並藉由二手交換禮物與抽獎活動，吸引民眾參與。活動開場由主持人介紹與會長官貴賓後邀請安定非營利幼兒園進行開場表演-土壤的好幫手，以話劇方式演繹綠色飲食、廚餘堆肥、轉廢為能的環保理念並邀請環保局局長及雲林縣縣長致詞後正式開始。

本次活動結合空氣噪音科之營建工程評選頒獎，肯定營建環境守護空氣品質之優良單位；頒發 114 年度環境教育機構及設施場所評鑑獲獎單位，獎勵以行動支持永續、推動環境教育之單位，獲獎名單如下：

表 4-1-15、幸福循環・綠色聖誕派對-營建工程評選獲獎單位

名次	工程名稱	營建業主	承包單位	工地主任
第一名	縣道 145 甲線崙子大橋改建拓寬工程	雲林縣交通工務局	義力營造股份有限公司	林指山
第二名	雲林縣環保局 辦公廳舍新建工程	雲林縣環境保護局	久木營造有限公司	陳義隆
第三名	宜梧一次配電變電所 (R/S)新建工程	台灣電力股份有限公司輸變電工程處中區施工處	江興營造有限公司	鍾俊木

表 4-1-16、幸福循環・綠色聖誕派對-環境教育機構評鑑獲獎單位

獎項	單位
評鑑優異單位	黃金蝙蝠生態館
評鑑優良單位	農田水利環境教育園區
績優環境教育人員	潮厝華德福教育實驗國民小學廖宏彬校長





圖 4-1-15、幸福循環・綠色聖誕派對-活動辦理情形

(2) 閃耀聖誕成果展現

活動現場設置綠能發電，閃耀聖誕啟動裝置，邀請長官貴賓以踩踏腳踏車進行發電，響應淨零排碳，以乾淨的綠色能源點亮燈箱，實踐幸福雲林；成果展示區呈現本年度環保政策推動成果與亮點，並以圖文方式進行展覽，透過成果展示讓民眾更了解環保政策的具體成效與生活應用，提升環保政令的推廣效益與意識。





圖 4-1-16、幸福循環·綠色聖誕派對-成果展示情形

(3) 二手交換禮物活動

交換禮物，循環再利用，邀請民眾找尋家中不需要但還堪用之物品作為二手交換禮物，共吸引 250 位民眾參與，集結多項禮品再次交換，實踐物品不浪費，永續在循環；活動中也設置手作 DIY 開放現場報名體驗，苔球體驗不僅能美化環境、淨化空氣更適合桌面擺放或懸掛，吸引 30 位民眾參加。

(4) 無塑市集

環保無塑美食市集不提供一次性用品，共計 15 攤在地特色美食於現場共同響應，並推出「自備環保餐具兌換美食券」活動，另提供循環餐具租借服務，共出借 78 份餐具，提升民眾減塑意識與行動力，落實一次性用品減量行動。

表 4-1-17、幸福循環·綠色聖誕派對-循環餐具出借紀錄表

項目	便當盒	筷子	湯匙	循環杯
出借數量	18 個	9 雙	12 支	39 個



圖 4-1-17、幸福循環・綠色聖誕派對-攤位活動辦理情形

(5)摸彩活動

營造濃厚聖誕節慶氛圍，共邀民眾展現創意與熱情，穿戴具有紅色或綠色元素的服裝或飾品，發放活動摸彩券一張，並於活動尾聲抽出精美好禮，好禮配置如表 4-1-16 所示。

表 4-1-18、幸福循環・綠色聖誕派對-摸彩獎項設置

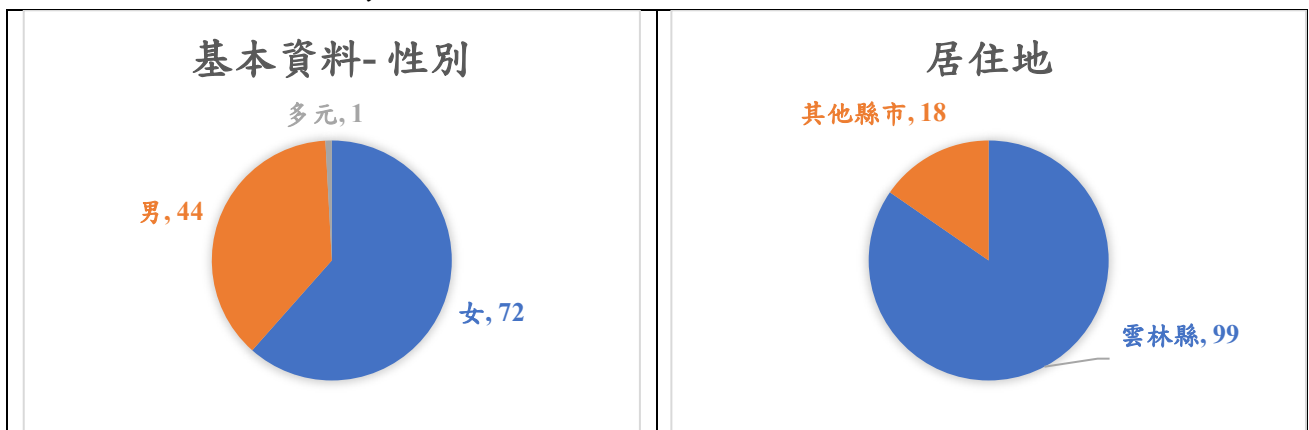
獎項	品名	數量
壹獎	除濕機	1名
貳獎	美型電烤箱	1名
參獎	行李箱	1名
肆獎	吹風機	2名
伍獎	虎霸王禮盒	5名



圖 4-1-18、幸福循環·綠色聖誕派對-摸彩辦理情形

(6)活動問卷

邀請參與民眾參與活動並於活動中填寫線上活動問卷，加贈 LED 環保發光手環一只，問卷針對活動內容配合活動規劃滿意認同及環境行動經驗執行與否設置問卷，調查民眾對於環保議題與知識之認知程度、環境態度、環保行動意識提升程度及建議事項，問卷採取線上表單方式進行，回收問卷 117 件，回收率約為 28.3%。



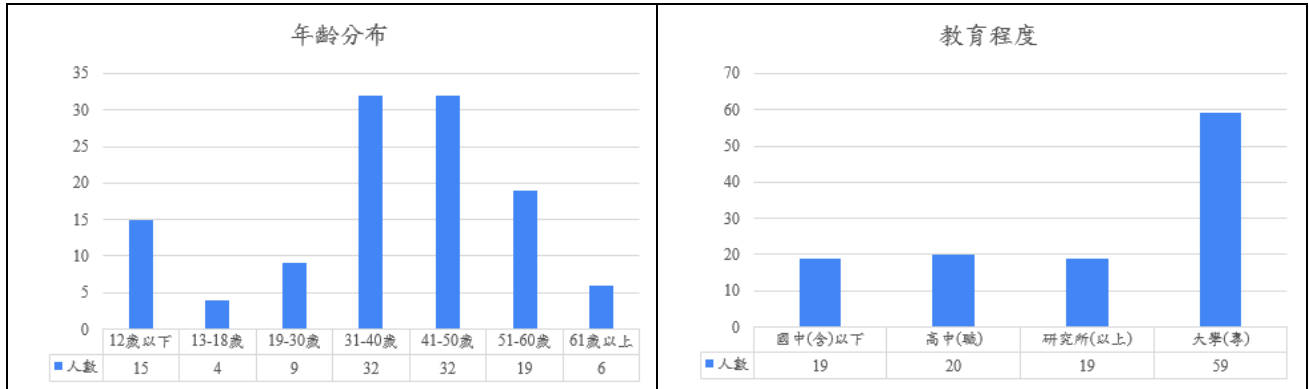


圖 4-1-19、幸福循環・綠色聖誕派對-問卷背景資料分析

此次參與民眾男女比為 61%，共有 84%之民眾居住地為雲林縣；年齡層部分以 31-50 歲之民眾為多，再者為 51-60 歲，配合教育程度調查，以大學(專)以上佔 50%，其次為高中(職)佔 17%，推估此活動為家庭參與較多，所以年齡集中在 31-50 歲區間。

為提升民眾之環境保護知識素養，透過成果展示展覽方式，供民眾了解今年度環保局在環境政策宣傳方面做的努力，針對活動內容設置 10 道題目，其中 5 題為認同度(滿分為 5 分)，5 題為單選題，根據題目勾選最符合的選項，調查結果如下：

表 4-1-19、幸福循環·綠色聖誕派對-活動體驗調查

序號	題目	平均認同度
1	本次活動的內容有助於提升我對環境問題的認識。	4.7
2	活動內容清楚且容易理解。	4.7
3	我認為這場活動的設計很有創意，能夠吸引參與者投入。	4.8
4	我願意在日常生活中採取更環保的行動(如減少垃圾、節能省水等)。	4.8
5	我願意在未來繼續參加類似的環境保護活動。	4.8

表 4-1-20、幸福循環·綠色聖誕派對-環保知識測驗

序號	題目	正確解答	答題正確率
6	雲林環境智慧決策支援系統(Y.E.S)的主要用途是什麼?	監測與管理空氣品質數據	23.1%
7	定期清理水溝可避免下列哪種情況?	淹水與病媒蚊孳生	92.3%
8	畜牧糞尿資源化的主要目的為何?	轉換為再利用肥料與能源	86.3%
9	減少一次性用品最直接的環境效益是?	降低資源浪費與垃圾量	89.7%
10	淨零綠生活最接近的意涵是?	減少碳排、平衡排放與吸收	94.9%

本次活動體驗評估針對活動內容設計 5 道題目進行調查，整體平均分數皆達 4.7 分以上，顯示多數參與民眾高度認同本次活動內容。調查結果顯示，活動有助於提升民眾對環境議題的認識，且內容說明清楚、易於理解，能有效引導民眾理解環保政策與行動內涵。

多數受訪者亦表示，本次活動設計具備創意與吸引力，能提升參與投入感，並進一步增強對環境保護議題的興趣。調查同時顯示，民眾普遍表達未來願意

持續參與環境保護相關活動，並在日常生活中實踐更環保的行為，顯示本次活動在行為引導與理念深化方面已產生正向影響。

在知識理解層面，單選題整體正確率多數達 85% 以上，顯示民眾對於活動所傳遞之環保知識具備良好理解程度。其中，雲林環境智慧決策支援系統(Y.E.S) 相關題目反映出該系統具備較高的專業性與政策層次，亦突顯本次活動已成功將專業環保政策納入宣導內容，使民眾首次接觸並認識雲林縣在智慧環保治理上的具體作為，達成政策曝光與認知建立之宣導目的。

(7) 宣傳推廣

A. 活動露出

幸福循環・綠色聖誕活動，結合聖誕節交換禮物、綠能發電、成果展示、減塑市集、政令宣導、抽獎互動等多元形式，吸引民眾熱情參與，共同推廣環境教育與永續理念。活動宣傳則透過雲林縣環境保護局臉書專頁及多元媒體平台進行，提升活動能見度與參與度，成效顯著。

<p>雲林縣環境保護局臉書粉絲專頁 第一波宣傳</p>	<p>雲林縣環境保護局臉書粉絲專頁 第二波宣傳</p>
<p>聖誕老公公再次提醒 記得帶堪用的二手物品 來參加環保交換禮物 *收受標準依現場工作人員判定為準</p> <p>環保尖兵享美食優惠 自備「野餐墊」或「環保餐具」 即可獲得限量美食抵用券</p> <p>聖誕穿搭也有獎 只要你的穿搭有紅色●綠色●的服飾或配件 即可獲得摸彩券一張！</p> <p>手作苔球DIY-現場報名 兩梯次共計30個名額 現場填寫活動問券 再送環保 LED 發光手環喔 過一個閃閃發亮的聖誕派對</p> <p>今年冬天，一場環保聖誕節 更「綠」一點、更「循環」一點 就在明天12/20(六) 16:00-20:00 西螺森活武樹公園見</p>	<p>一起用行動守護地球 創造更多屬於雲林的幸福循環</p> <p>#雲林縣環境保護局 #Yunlin #幸福循環 #綠色聖誕 #環境教育 #永續工程 #SDG7 #SDG11 #SDG17</p>
<p>雲林縣環境保護局臉書粉絲專頁 第三波宣傳</p>	<p>雲林縣環境保護局臉書粉絲專頁 活動成果貼文</p>

圖 4-1-20、幸福循環・綠色聖誕派對-活動宣傳內容



B. 媒體推播

此次活動發布新聞稿，機關及民間共計有 6 篇新聞稿露出，如表 4-1-19 所示。

表 4-1-21、幸福循環・綠色聖誕派對-媒體新聞稿

序號	露出平台	新聞稿標題	網址
1	經濟日報	廢棄物變黃金-雲林耶誕派對展現循環經濟新商機	https://reurl.cc/3bykEO
2	台灣旅行趣	廢棄物變聖誕樹！雲林西螺「瓶安聖誕」展現循環經濟美學！	https://risu.io/Hyp6k
3	雲林縣政府	綠色聖誕派對登場 永續行動點亮雲林幸福聖誕	https://reurl.cc/LQe29X
4	雲林縣政府	耶誕前夕雲林縣環保局辦綠色聖誕派對 西螺森活武樹公園瀰漫幸福循環氣氛	https://reurl.cc/NNO2kq
5	雲林縣環保局	114 年環境教育認證績優表揚 雲林縣環境教育榮獲優異、優良、優等 3 項殊榮	https://reurl.cc/5bXXgV
6	雲林縣環保局	「幸福循環・綠色聖誕派對」雲林以永續行動點亮聖誕	https://reurl.cc/Vmn2vn

(6)活動碳足跡

此次活動共有 414 人參與，估算碳足跡排放量，計算活動展區用電量、活動人員使用循環餐具等等排放量，預估碳排放量約為 1192.67KG CO_{2e}，實際碳排放量約為 597.33 CO_{2e}，預估與實際差額為：-600.34 CO_{2e}，顯示透過減塑、循環餐具等措施有效降低實際排放。如表 4-1-21

表 4-1-22、幸福循環・綠色聖誕派對-碳足跡分析表

活動（會議）淨零指引分析表	
會議名稱：	第三場次大型活動-幸福循環・綠色聖誕派對
活動日期：	2025/12/20
與會人員人數：	414
工作人員人數：	30
預估碳排放量（含負碳）： （二氧化碳公斤當量）	1192.67
實際碳排放量（含負碳）： （二氧化碳公斤當量）	592.33
預估與實際差額量：	-600.34

差額量(+)代表實際較預估碳排多

差額量(-)代表實際較預估碳排少

五、結論

本年度共辦理三場大型宣導活動，累計參與人數達1,702人次，整體透過展覽展示、互動體驗及節慶活動設計，有效提升民眾對環境政策與永續議題之認識與參與。惟依活動執行經驗檢討，後續將進一步精進相關作法。

針對大型活動人流集中及參與秩序問題，未來將於活動前即納入動線與發放機制規劃，明確標示排隊流程，並視活動規模增設廣播設備及現場引導人力，以提升活動公平性與民眾參與體驗。另就參與規則與活動資訊傳遞部分，將強化活動前期宣傳，除官方社群平台外，同步結合在地媒體管道推播活動公告與規則說明，降低現場溝通落差。

在減碳成果評估方面，本計畫已依活動參與人數及一次性用品使用情形進行減碳估算，惟考量民眾交通方式等數據取得不易，後續將於問卷調查中逐步納入相關生活習慣項目，作為



碳排放估算之補充依據，以提升減碳計算結果之完整性與可信度。

整體而言，後續將持續透過制度化活動規劃、資訊傳遞精進及成效評估優化，使大型宣導活動兼顧參與品質與政策溝通深度，強化民眾對永續行動之理解與實踐。

4-2 辦理環保文宣設計及印製相關事宜

一、辦理目的

為提升民眾對空氣污染防制及各項環保政策之認知與參與度，雲林縣環境保護局藉由製作兼具實用性與宣導性的宣導品，透過日常生活中可見可用的物品，加深民眾對本局業務的瞭解，並擴大環保理念的傳達與影響力。

本次宣導品設計結合本局空氣品質維護、資源循環、水質保護、氣候行動等重點業務內容，以美觀且實用的設計呈現，不僅強化環保形象，更進一步促進全民環境保護意識的提升，達到政策推廣與理念深化的雙重效益。

二、辦理依據

根據勞務採購工作及履約規範第四條第(二)項辦理環保文宣設計及印製相關事宜。

三、辦理規模：至少1,100份

四、製作項目/份數：2026桌曆/600份、L型資料夾2款/1,000份

五、辦理成果

依契約規定辦理環保文宣設計 1,100 份，本次共設計兩款文宣品項，分別為桌曆 600 本及 L 型資料夾 1,000 份，數量合計 1,600 份，相關製作內容說明如下。

(一)桌曆

表 4-2-1、環保文宣製作說明-桌曆

購置品項	桌曆	數量	600本
規格	寬20×高18公分，萊妮紙，雙面彩色印製		
設計理念	以2026年生肖「馬」為設計主軸，融入環保元素並呼應「淨零雲林 永續家園」主題，整合本局各科業務成果與年度政策亮點。每月頁面搭配SDGs環保標語及相關節日，不僅展現政策宣導意涵，更兼具桌上擺設美感，彰顯永續推動的形象與價值。		
用途說明	作為年度宣導文宣，適用於政策推廣、民眾贈送及桌面擺設，提升環保形象。		
成品照片			

表 4-2-2、環保文宣內頁製作說明-桌曆

內頁-圖面	內頁-日期面																																										
	<p>01月 JANUARY</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>SUN</th> <th>MON</th> <th>TUE</th> <th>WED</th> <th>THU</th> <th>FRI</th> <th>SAT</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>1 元旦</td> <td>2 初二</td> <td>3 初三</td> <td>4 初四</td> </tr> <tr> <td>5 初五</td> <td>6 初六</td> <td>7 初七</td> <td>8 初八</td> <td>9 初九</td> <td>10 初十</td> <td>11 十一</td> </tr> <tr> <td>12 十二</td> <td>13 十三</td> <td>14 十四</td> <td>15 十五</td> <td>16 十六</td> <td>17 十七</td> <td>18 十八</td> </tr> <tr> <td>19 十九</td> <td>20 二十</td> <td>21 廿一</td> <td>22 廿二</td> <td>23 廿三</td> <td>24 廿四</td> <td>25 廿五</td> </tr> <tr> <td>26 廿六</td> <td>27 廿七</td> <td>28 廿八</td> <td>29 廿九</td> <td>30 三十</td> <td>31 三十一</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>SDG 1 消除貧窮 消除一切形式的貧窮</p> <p>SDG 2 消除飢餓 消除飢餓，達成糧食安全，改善營養，促進永續農業</p>	SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT				1 元旦	2 初二	3 初三	4 初四	5 初五	6 初六	7 初七	8 初八	9 初九	10 初十	11 十一	12 十二	13 十三	14 十四	15 十五	16 十六	17 十七	18 十八	19 十九	20 二十	21 廿一	22 廿二	23 廿三	24 廿四	25 廿五	26 廿六	27 廿七	28 廿八	29 廿九	30 三十	31 三十一	
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT																																					
			1 元旦	2 初二	3 初三	4 初四																																					
5 初五	6 初六	7 初七	8 初八	9 初九	10 初十	11 十一																																					
12 十二	13 十三	14 十四	15 十五	16 十六	17 十七	18 十八																																					
19 十九	20 二十	21 廿一	22 廿二	23 廿三	24 廿四	25 廿五																																					
26 廿六	27 廿七	28 廿八	29 廿九	30 三十	31 三十一																																						
1月																																											



內頁-圖面	內頁-日期面																																										
	<p>02月 FEBRUARY</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>SUN</th> <th>MON</th> <th>TUE</th> <th>WED</th> <th>THU</th> <th>FRI</th> <th>SAT</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1 1日</td> <td>2 2日</td> <td>3 3日</td> <td>4 4日</td> <td>5 5日</td> <td>6 6日</td> <td>7 7日</td> </tr> <tr> <td>8 8日</td> <td>9 9日</td> <td>10 10日</td> <td>11 11日</td> <td>12 12日</td> <td>13 13日</td> <td>14 14日</td> </tr> <tr> <td>15 15日</td> <td>16 16日</td> <td>17 17日</td> <td>18 18日</td> <td>19 19日</td> <td>20 20日</td> <td>21 21日</td> </tr> <tr> <td>22 22日</td> <td>23 23日</td> <td>24 24日</td> <td>25 25日</td> <td>26 26日</td> <td>27 27日</td> <td>28 28日</td> </tr> </tbody> </table> <p>SDG 3 健全生活 SDG 4 優質教育</p>	SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	1 1日	2 2日	3 3日	4 4日	5 5日	6 6日	7 7日	8 8日	9 9日	10 10日	11 11日	12 12日	13 13日	14 14日	15 15日	16 16日	17 17日	18 18日	19 19日	20 20日	21 21日	22 22日	23 23日	24 24日	25 25日	26 26日	27 27日	28 28日							
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT																																					
1 1日	2 2日	3 3日	4 4日	5 5日	6 6日	7 7日																																					
8 8日	9 9日	10 10日	11 11日	12 12日	13 13日	14 14日																																					
15 15日	16 16日	17 17日	18 18日	19 19日	20 20日	21 21日																																					
22 22日	23 23日	24 24日	25 25日	26 26日	27 27日	28 28日																																					
2月																																											
	<p>03月 MARCH</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>SUN</th> <th>MON</th> <th>TUE</th> <th>WED</th> <th>THU</th> <th>FRI</th> <th>SAT</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1 1日</td> <td>2 2日</td> <td>3 3日</td> <td>4 4日</td> <td>5 5日</td> <td>6 6日</td> <td>7 7日</td> </tr> <tr> <td>8 8日</td> <td>9 9日</td> <td>10 10日</td> <td>11 11日</td> <td>12 12日</td> <td>13 13日</td> <td>14 14日</td> </tr> <tr> <td>15 15日</td> <td>16 16日</td> <td>17 17日</td> <td>18 18日</td> <td>19 19日</td> <td>20 20日</td> <td>21 21日</td> </tr> <tr> <td>22 22日</td> <td>23 23日</td> <td>24 24日</td> <td>25 25日</td> <td>26 26日</td> <td>27 27日</td> <td>28 28日</td> </tr> <tr> <td>29 29日</td> <td>30 30日</td> <td>31 31日</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>SDG 5 性別平等 SDG 6 潔淨水及衛生</p>	SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	1 1日	2 2日	3 3日	4 4日	5 5日	6 6日	7 7日	8 8日	9 9日	10 10日	11 11日	12 12日	13 13日	14 14日	15 15日	16 16日	17 17日	18 18日	19 19日	20 20日	21 21日	22 22日	23 23日	24 24日	25 25日	26 26日	27 27日	28 28日	29 29日	30 30日	31 31日				
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT																																					
1 1日	2 2日	3 3日	4 4日	5 5日	6 6日	7 7日																																					
8 8日	9 9日	10 10日	11 11日	12 12日	13 13日	14 14日																																					
15 15日	16 16日	17 17日	18 18日	19 19日	20 20日	21 21日																																					
22 22日	23 23日	24 24日	25 25日	26 26日	27 27日	28 28日																																					
29 29日	30 30日	31 31日																																									
3月																																											
	<p>04月 APRIL</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>SUN</th> <th>MON</th> <th>TUE</th> <th>WED</th> <th>THU</th> <th>FRI</th> <th>SAT</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td>1 1日</td> <td>2 2日</td> <td>3 3日</td> <td>4 4日</td> <td>5 5日</td> </tr> <tr> <td>6 6日</td> <td>7 7日</td> <td>8 8日</td> <td>9 9日</td> <td>10 10日</td> <td>11 11日</td> <td>12 12日</td> </tr> <tr> <td>13 13日</td> <td>14 14日</td> <td>15 15日</td> <td>16 16日</td> <td>17 17日</td> <td>18 18日</td> <td>19 19日</td> </tr> <tr> <td>20 20日</td> <td>21 21日</td> <td>22 22日</td> <td>23 23日</td> <td>24 24日</td> <td>25 25日</td> <td>26 26日</td> </tr> <tr> <td>27 27日</td> <td>28 28日</td> <td>29 29日</td> <td>30 30日</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>SDG 7 可負擔潔淨能源</p>	SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT			1 1日	2 2日	3 3日	4 4日	5 5日	6 6日	7 7日	8 8日	9 9日	10 10日	11 11日	12 12日	13 13日	14 14日	15 15日	16 16日	17 17日	18 18日	19 19日	20 20日	21 21日	22 22日	23 23日	24 24日	25 25日	26 26日	27 27日	28 28日	29 29日	30 30日			
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT																																					
		1 1日	2 2日	3 3日	4 4日	5 5日																																					
6 6日	7 7日	8 8日	9 9日	10 10日	11 11日	12 12日																																					
13 13日	14 14日	15 15日	16 16日	17 17日	18 18日	19 19日																																					
20 20日	21 21日	22 22日	23 23日	24 24日	25 25日	26 26日																																					
27 27日	28 28日	29 29日	30 30日																																								
4月																																											



內頁-圖面	內頁-日期面																																										
	<p>05月 MAY</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>SUN</th> <th>MON</th> <th>TUE</th> <th>WED</th> <th>THU</th> <th>FRI</th> <th>SAT</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>1 拜五</td> <td>2 拜六</td> </tr> <tr> <td>3 拜日</td> <td>4 拜一</td> <td>5 拜二</td> <td>6 拜三</td> <td>7 拜四</td> <td>8 拜五</td> <td>9 拜六</td> </tr> <tr> <td>10 拜日</td> <td>11 拜一</td> <td>12 拜二</td> <td>13 拜三</td> <td>14 拜四</td> <td>15 拜五</td> <td>16 拜六</td> </tr> <tr> <td>17 拜日</td> <td>18 拜一</td> <td>19 拜二</td> <td>20 拜三</td> <td>21 拜四</td> <td>22 拜五</td> <td>23 拜六</td> </tr> <tr> <td>24/31 拜日/拜六</td> <td>25 拜一</td> <td>26 拜二</td> <td>27 拜三</td> <td>28 拜四</td> <td>29 拜五</td> <td>30 拜六</td> </tr> </tbody> </table> <p>SDG 8 經濟成長與就業 SDG 12 負起消費者的責任 SDG 13 氣候行動</p>	SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT						1 拜五	2 拜六	3 拜日	4 拜一	5 拜二	6 拜三	7 拜四	8 拜五	9 拜六	10 拜日	11 拜一	12 拜二	13 拜三	14 拜四	15 拜五	16 拜六	17 拜日	18 拜一	19 拜二	20 拜三	21 拜四	22 拜五	23 拜六	24/31 拜日/拜六	25 拜一	26 拜二	27 拜三	28 拜四	29 拜五	30 拜六
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT																																					
					1 拜五	2 拜六																																					
3 拜日	4 拜一	5 拜二	6 拜三	7 拜四	8 拜五	9 拜六																																					
10 拜日	11 拜一	12 拜二	13 拜三	14 拜四	15 拜五	16 拜六																																					
17 拜日	18 拜一	19 拜二	20 拜三	21 拜四	22 拜五	23 拜六																																					
24/31 拜日/拜六	25 拜一	26 拜二	27 拜三	28 拜四	29 拜五	30 拜六																																					
5月																																											
	<p>06月 JUNE</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>SUN</th> <th>MON</th> <th>TUE</th> <th>WED</th> <th>THU</th> <th>FRI</th> <th>SAT</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>1 拜一</td> <td>2 拜二</td> <td>3 拜三</td> <td>4 拜四</td> <td>5 拜五</td> <td>6 拜六</td> </tr> <tr> <td>7 拜日</td> <td>8 拜一</td> <td>9 拜二</td> <td>10 拜三</td> <td>11 拜四</td> <td>12 拜五</td> <td>13 拜六</td> </tr> <tr> <td>14 拜日</td> <td>15 拜一</td> <td>16 拜二</td> <td>17 拜三</td> <td>18 拜四</td> <td>19 拜五</td> <td>20 拜六</td> </tr> <tr> <td>21 拜日</td> <td>22 拜一</td> <td>23 拜二</td> <td>24 拜三</td> <td>25 拜四</td> <td>26 拜五</td> <td>27 拜六</td> </tr> <tr> <td>28 拜日</td> <td>29 拜一</td> <td>30 拜二</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>SDG 11 永續城市與社區 SDG 15 陸地生態系</p>	SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT		1 拜一	2 拜二	3 拜三	4 拜四	5 拜五	6 拜六	7 拜日	8 拜一	9 拜二	10 拜三	11 拜四	12 拜五	13 拜六	14 拜日	15 拜一	16 拜二	17 拜三	18 拜四	19 拜五	20 拜六	21 拜日	22 拜一	23 拜二	24 拜三	25 拜四	26 拜五	27 拜六	28 拜日	29 拜一	30 拜二				
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT																																					
	1 拜一	2 拜二	3 拜三	4 拜四	5 拜五	6 拜六																																					
7 拜日	8 拜一	9 拜二	10 拜三	11 拜四	12 拜五	13 拜六																																					
14 拜日	15 拜一	16 拜二	17 拜三	18 拜四	19 拜五	20 拜六																																					
21 拜日	22 拜一	23 拜二	24 拜三	25 拜四	26 拜五	27 拜六																																					
28 拜日	29 拜一	30 拜二																																									
6月																																											
	<p>07月 JULY</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>SUN</th> <th>MON</th> <th>TUE</th> <th>WED</th> <th>THU</th> <th>FRI</th> <th>SAT</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>1 拜三</td> <td>2 拜四</td> <td>3 拜五</td> <td>4 拜六</td> </tr> <tr> <td>5 拜日</td> <td>6 拜一</td> <td>7 拜二</td> <td>8 拜三</td> <td>9 拜四</td> <td>10 拜五</td> <td>11 拜六</td> </tr> <tr> <td>12 拜日</td> <td>13 拜一</td> <td>14 拜二</td> <td>15 拜三</td> <td>16 拜四</td> <td>17 拜五</td> <td>18 拜六</td> </tr> <tr> <td>19 拜日</td> <td>20 拜一</td> <td>21 拜二</td> <td>22 拜三</td> <td>23 拜四</td> <td>24 拜五</td> <td>25 拜六</td> </tr> <tr> <td>26 拜日</td> <td>27 拜一</td> <td>28 拜二</td> <td>29 拜三</td> <td>30 拜四</td> <td>31 拜五</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>SDG 11 永續城市與社區 SDG 12 負起消費者的責任 SDG 13 氣候行動</p>	SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT				1 拜三	2 拜四	3 拜五	4 拜六	5 拜日	6 拜一	7 拜二	8 拜三	9 拜四	10 拜五	11 拜六	12 拜日	13 拜一	14 拜二	15 拜三	16 拜四	17 拜五	18 拜六	19 拜日	20 拜一	21 拜二	22 拜三	23 拜四	24 拜五	25 拜六	26 拜日	27 拜一	28 拜二	29 拜三	30 拜四	31 拜五	
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT																																					
			1 拜三	2 拜四	3 拜五	4 拜六																																					
5 拜日	6 拜一	7 拜二	8 拜三	9 拜四	10 拜五	11 拜六																																					
12 拜日	13 拜一	14 拜二	15 拜三	16 拜四	17 拜五	18 拜六																																					
19 拜日	20 拜一	21 拜二	22 拜三	23 拜四	24 拜五	25 拜六																																					
26 拜日	27 拜一	28 拜二	29 拜三	30 拜四	31 拜五																																						
7月																																											



內頁-圖面	內頁-日期面																																										
	<p>08月 AUGUST</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>SUN</th> <th>MON</th> <th>TUE</th> <th>WED</th> <th>THU</th> <th>FRI</th> <th>SAT</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>1 六</td> </tr> <tr> <td>2 日</td> <td>3 一</td> <td>4 二</td> <td>5 三</td> <td>6 四</td> <td>7 五</td> <td>8 六</td> </tr> <tr> <td>9 日</td> <td>10 一</td> <td>11 二</td> <td>12 三</td> <td>13 四</td> <td>14 五</td> <td>15 六</td> </tr> <tr> <td>16 日</td> <td>17 一</td> <td>18 二</td> <td>19 三</td> <td>20 四</td> <td>21 五</td> <td>22 六</td> </tr> <tr> <td>23 日</td> <td>24 一</td> <td>25 二</td> <td>26 三</td> <td>27 四</td> <td>28 五</td> <td>29 六</td> </tr> </tbody> </table> <p>SDG 13 氣候行動</p>	SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT							1 六	2 日	3 一	4 二	5 三	6 四	7 五	8 六	9 日	10 一	11 二	12 三	13 四	14 五	15 六	16 日	17 一	18 二	19 三	20 四	21 五	22 六	23 日	24 一	25 二	26 三	27 四	28 五	29 六
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT																																					
						1 六																																					
2 日	3 一	4 二	5 三	6 四	7 五	8 六																																					
9 日	10 一	11 二	12 三	13 四	14 五	15 六																																					
16 日	17 一	18 二	19 三	20 四	21 五	22 六																																					
23 日	24 一	25 二	26 三	27 四	28 五	29 六																																					
8月																																											
	<p>09月 SEPTEMBER</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>SUN</th> <th>MON</th> <th>TUE</th> <th>WED</th> <th>THU</th> <th>FRI</th> <th>SAT</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>1 一</td> <td>2 二</td> <td>3 三</td> <td>4 四</td> <td>5 五</td> <td>6 六</td> </tr> <tr> <td>7 日</td> <td>8 一</td> <td>9 二</td> <td>10 三</td> <td>11 四</td> <td>12 五</td> <td>13 六</td> </tr> <tr> <td>14 日</td> <td>15 一</td> <td>16 二</td> <td>17 三</td> <td>18 四</td> <td>19 五</td> <td>20 六</td> </tr> <tr> <td>21 日</td> <td>22 一</td> <td>23 二</td> <td>24 三</td> <td>25 四</td> <td>26 五</td> <td>27 六</td> </tr> <tr> <td>28 日</td> <td>29 一</td> <td>30 二</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>SDG 12 負責任消費及生產</p>	SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT		1 一	2 二	3 三	4 四	5 五	6 六	7 日	8 一	9 二	10 三	11 四	12 五	13 六	14 日	15 一	16 二	17 三	18 四	19 五	20 六	21 日	22 一	23 二	24 三	25 四	26 五	27 六	28 日	29 一	30 二				
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT																																					
	1 一	2 二	3 三	4 四	5 五	6 六																																					
7 日	8 一	9 二	10 三	11 四	12 五	13 六																																					
14 日	15 一	16 二	17 三	18 四	19 五	20 六																																					
21 日	22 一	23 二	24 三	25 四	26 五	27 六																																					
28 日	29 一	30 二																																									
9月																																											
	<p>10月 OCTOBER</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>SUN</th> <th>MON</th> <th>TUE</th> <th>WED</th> <th>THU</th> <th>FRI</th> <th>SAT</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>1 一</td> <td>2 二</td> <td>3 三</td> </tr> <tr> <td>4 四</td> <td>5 五</td> <td>6 六</td> <td>7 日</td> <td>8 一</td> <td>9 二</td> <td>10 三</td> </tr> <tr> <td>11 四</td> <td>12 五</td> <td>13 六</td> <td>14 日</td> <td>15 一</td> <td>16 二</td> <td>17 三</td> </tr> <tr> <td>18 四</td> <td>19 五</td> <td>20 六</td> <td>21 日</td> <td>22 一</td> <td>23 二</td> <td>24 三</td> </tr> <tr> <td>25 四</td> <td>26 五</td> <td>27 六</td> <td>28 日</td> <td>29 一</td> <td>30 二</td> <td>31 三</td> </tr> </tbody> </table> <p>SDG 11 永續城市及社區</p>	SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT					1 一	2 二	3 三	4 四	5 五	6 六	7 日	8 一	9 二	10 三	11 四	12 五	13 六	14 日	15 一	16 二	17 三	18 四	19 五	20 六	21 日	22 一	23 二	24 三	25 四	26 五	27 六	28 日	29 一	30 二	31 三
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT																																					
				1 一	2 二	3 三																																					
4 四	5 五	6 六	7 日	8 一	9 二	10 三																																					
11 四	12 五	13 六	14 日	15 一	16 二	17 三																																					
18 四	19 五	20 六	21 日	22 一	23 二	24 三																																					
25 四	26 五	27 六	28 日	29 一	30 二	31 三																																					
10月																																											

內頁-圖面	內頁-日期面
11月	
12月	

(二)L型資料夾

表 4-2-3、環保文宣製作說明-L型資料夾

購置品項	L行資料夾(2款)	數量	1,000份
規格	寬22×長31公分，雙面印刷，環保PP材質可重複使用		
設計理念	正面以雲林縣環保意象為主視覺設計，背面則印製本局空氣污染防制、淨零綠生活及資源循環等政策標語，藉		

	此提升環保政策的能見度與識別度。	
用途說明	適用於活動、公文資料發放及宣導場合，兼具實用性與政策識別度。	
成品照片 (正反面)		
	款式一	款式二

六、結論

本次選擇桌曆與資料夾為主要宣導品，考量兩者兼具「實用性」與「宣導性」，能長期於民眾生活及辦公場域中曝光，形成潛移默化的宣導效果。桌曆象徵一年 365 日持續的環保行動；資料夾則於各類活動與文件往來中延續政策推廣，達成節能減碳與形象塑造的雙重目標，充分展現本局推動永續與用心的正面形象。

4-3 辦理雲林縣環保局空氣污染防治或淨零永續等相關新聞媒體露出

一、辦理目的

為提升環境品質，增進國民健康與福祉，針對不同環保議題的多個面向，透過新聞媒體、報章雜誌、Facebook貼文、新聞稿、直播專訪、短影音、影片等擴大議題的關注度與影響力，強調環保行動的迫切性與必要性，進一步引發讀者及民眾行動意識，拉近政策與民眾的距離，增加共鳴感。

二、發布則數

共完成21則新聞及宣導露出內容，如表4-3-1所示。

三、辦理內容

本計畫依環保局各業務科室政策主軸，規劃主題式新聞與宣導內容，涵蓋空氣污染防治、淨零綠生活、節能減碳、資源循環及環境衛生等多元面向，並依議題屬性選擇適切媒體形式進行露出，包括新聞稿、圖文貼文、短影音、專題專訪及紙本刊登等，藉由整合網路與傳統媒體之傳播力，提升政策曝光度與社會關注度。

四、新聞稿發布主題概述

透過主題分類與年度規劃，形成本年度完整且具系統性的新聞宣導布局，本年度新聞露出內容依政策類型可歸納為下列重點方向：

(一)、空氣污染防治政策

包含機車定期檢驗、禁止露天燃燒、YES 系統推動等，強化民眾對空污防制措施與法規之認知。

(二)、淨零與節能減碳行動

包含淨零綠生活、夏季節電、綠色運具等主題，引導民眾從日常行為落實減碳作為。



(三)、資源循環與廢棄物管理

包含畜牧糞尿資源化、5%資源化政策、二手循環館及一次性備品減量，強化循環經濟概念。

(四)、環境衛生與整潔

包含登革熱防治、清溝大作戰等議題，結合生活場域傳達環境維護的重要性。

表 4-3-1、空氣污染防治或淨零永續等新聞媒體露出主題

序	業務科	發布日期	發布新聞主題	露出平台	網址/紙本刊登	備註
1	環境衛生科	2月27日	讓我們一起守護環境，菸蒂不落 地	環保局臉書	https://reurl.cc/jm6bvD	動圖
2	空氣噪音管理科	3月28日	機車定檢通知全面E化	環保局臉書	https://reurl.cc/qKpMry	影片
3	綜合計畫科	4月22日	響應地球日 雲林縣淨零接力	經濟日報	https://reurl.cc/aMX6dZ	紙本
4	綜合計畫科	4月23日	雲林環境季	環保局臉書	https://reurl.cc/2la56O	圖文
5	空氣噪音管理科	6月2日	雲林領航科技環保運用 AI×永續守 護家園	遠見雜誌	https://reurl.cc/QV28Y5	雜誌 專訪
6	空氣噪音管理科	6月3日	雲林縣推動機車定檢E化 簡訊登錄抽好禮	台灣華報	https://reurl.cc/rK0NYy	網路 新聞
7	空氣噪音管理科	7月30日	露天燃燒不環保，依法裁罰傷荷 包	環保局臉書	https://reurl.cc/Vm2y76	圖文
8	綜合計畫科	8月4日	這個夏季不費電，炎夏節電有撇 步	環保局臉書	https://reurl.cc/EbmOWA	
9	水質保護科	8月15日	畜牧糞尿資源化，增加肥分尚介 讚	環保局臉書	https://reurl.cc/gnrgv7	
10	水質保護科	8月28日	畜牧業者申請倒數120天	環保局臉書	https://reurl.cc/qKp9Dp	動圖
11	空氣噪音管理科	9月28日	智慧監測守護呼吸健康-雲林打造 清新藍天	聯合報	聯合報 114年秋節專刊	紙本



序	業務科	發布日期	發布新聞主題	露出平台	網址/紙本刊登	備註
12	空氣噪音管理科	10月26日	綠色運具	正聲廣播公司雲林台/ 「2025 我為你歌唱」演唱會手冊廣告頁	演唱會手冊刊登	紙本
13	綜合計畫科	10月26日	環保集點		1.Podcast： https://risu.io/x19jK 2.演唱會手冊刊登	
14	環境衛生科	10月26日	防治登革熱/菸蒂不落地		1.Podcast： https://reurl.cc/eVaNYM 演唱會手冊刊登	
15	環境衛生科	11月27日	雲林清溝大作戰	環保局臉書	https://reurl.cc/QV28bZ	影片
16	廢棄物管理科	11月29日	【感動心台灣】轉轉雲林：不用品循環館啟動 資源全循環 零廢棄新生活	發現新台灣	https://reurl.cc/Xa2Oka 民視無線台(第6台) 114年11月29日(星期六) 11:28-11:58	電視專訪
17	廢棄物管理科	12月	告別一次性備品	台灣好報	農民曆刊登	紙本
18	綜合計畫科	12月	環保標章	新生報		
19	綜合計畫科	12月	淨零綠生活	中華日報		
20	綜合計畫科	12月	淨零綠生活	新新聞報		
21	綜合計畫科	115年2月10日	雲林淨零綠生活 陪你過好年	中國時報	中國時報 2026年新春特刊	



五、新聞露出成效分析

本年度新聞及宣導內容依媒體形式統計，包含新聞稿、專題專訪、圖文貼文及影片等類型。其中，影音內容於社群平台之表現較為突出，單則影片最高觀看次數達1.4萬次，整體影片觀看次數累積近4.2萬次，顯示以視覺化及情境式方式進行政策溝通，較能吸引民眾主動接觸與分享。

在整體宣傳成效方面，網路平台累積觸及人數近2.7萬人次；另透過報紙、專刊等紙本媒體刊登，發行數量合計逾30萬份，有效補足不同年齡層與資訊接收習慣之民眾，擴大政策宣導廣度。

表 4-3-2、空氣污染防制或淨零永續等新聞媒體露出成效

序	發布新聞主題	發布形式	成效	備註
1	讓我們一起守護環境，菸蒂不落地	影片	觀看數約 6,000 次	社群平台自然觸及
2	機車定檢通知全面 E 化	影片	觀看數約 1.3 萬次	社群平台自然觸及
3	響應地球日雲林縣淨零接力	新聞稿	-	網路新聞
4	雲林環境季	圖文	-	政策宣導型圖文自然觸及
5	雲林領航科技環保運用 AI × 永續守護家園	專題專訪	觸及約 7.3 萬人次，互動率 3.11%	媒體專訪
6	雲林縣推動機車定檢 E 化-簡訊登錄抽好禮	新聞稿	觸及約 1.5 萬人次	網路新聞
7	露天燃燒不環保，依法裁罰傷荷包	圖文	-	政策宣導型圖文
8	這個夏季不費電，炎夏節電有撇步	圖文	-	政策宣導型圖文
9	畜牧糞尿資源化，增加肥分尚介讚	圖文	-	政策宣導型圖文
10	畜牧業者申請倒數 120 天	影片	觀看數約 1,500 次	社群平台自然觸及

序	發布新聞主題	發布形式	成效	備註
11	智慧監測守護呼吸健康-雲林 打造清新藍天	紙本新聞	發行情量約 30 萬份	紙本刊登
12	綠色運具	紙本宣導	發行情量約 1,200 份	紙本刊登
13	環保集點	紙本宣導		紙本刊登
14	防治登革熱/菸蒂不落地	紙本宣導		紙本刊登
15	雲林清溝大作戰	影片	觀看數約 6,700 次	社群平台自然觸及
16	【感動心台灣】轉轉雲林： 不用品循環館啟動資源全循環 零廢棄新生活	影片	觀看數約 1.4 萬次	社群平台自然觸及
17	告別一次性備品	紙本刊登	發行情量約 10 萬份	農民曆
18	環保標章	紙本刊登	發行情量約 18 萬份	農民曆
19	淨零綠生活	紙本刊登	發行情量約 10 萬份	農民曆
20	淨零綠生活	紙本刊登	發行情量約 20 萬份	農民曆
21	雲林淨零綠生活 陪你過好年	紙本刊登	發行情量約 3 萬份	中國時報 2026 年 新春特刊





國原院推液流電池 助攻儲能
 高效、安全、穩定 兼具長壽命與可循環再利用 推動自主技術發展

【本報記者王怡蓁報導】由國家科學及技術委員會（國原院）所屬之國家實驗研究院（國原院）所屬之國家能源研究所（國原院能研所）所屬之液流電池研究中心，近日在國際液流電池學術研討會中，發表了多項液流電池技術研發成果，獲得國際學術界與工業界之高度肯定。

國原院能研所液流電池研究中心主任陳國治表示，液流電池具有容量大、壽命長、安全性高、可循環利用等優點，是未來儲能領域的重要技術。國原院能研所液流電池研究中心，自成立以來，一直致力於液流電池技術研發，目前已取得多項重要突破。

國原院能研所液流電池研究中心，近日在國際液流電池學術研討會中，發表了多項液流電池技術研發成果，獲得國際學術界與工業界之高度肯定。國原院能研所液流電池研究中心主任陳國治表示，液流電池具有容量大、壽命長、安全性高、可循環利用等優點，是未來儲能領域的重要技術。國原院能研所液流電池研究中心，自成立以來，一直致力於液流電池技術研發，目前已取得多項重要突破。

3-響應地球日 雲林縣淨零接力

首頁 > 結語 > 時事

雲林領航科技環保 運用 AI x 永續守護家園！

這兒雜誌整合傳播部企劃製作 2025-06-02 瀏覽數 10,800+

雲林縣環境智慧監測系統模型-發達工程 AI 監控

農業大縣如何翻轉成為永續領頭羊？雲林縣做了最佳示範！透過導入「環境智慧決策支援系統」(Yunlin/Environmental Smart Decision Support System, 簡稱 YES 系統)，串接工廠申報資訊，匯聚大數據資料庫，優化空品、水質、廢棄物揚塵的即時管控，更積極扮演輔導等顧問角色，輔導企業升級轉型，與產業共榮，與生態共好！於轄內寮寮鄉建置環境監測及應變中心，建置「3D 光雕擴散模擬系統與離島式基礎產業園區資料展示平台」，整合毒化物相關資料數據，結合毒化物擴散模擬系統，提升示警準確度及避難應變效能，強化關鍵基礎設施安全，降低災害衝擊，保障民眾生命財產安全。

5-雲林領航科技環保

淨零接力 雲林更有力
 2025 雲林淨零接力

【2025 雲林淨零接力】正式啟動
 淨零接力，雲林更有力
 從家開始，從辦公室開始，從學校開始，從社區開始，從我們開始。讓我們一起為淨零目標努力，為雲林更美好的未來而努力。

活動時間：2025年4月-6月
 活動地點：雲林縣各鄉鎮

活動內容：
 4/25 (五) 免稅市集
 4/27 (日) 農stay 拖雲特一椅子體驗
 5/14 (四) 農stay 拖雲特一椅子體驗
 5/28 (四) 農stay 拖雲特一椅子體驗
 5/28 (四) 免稅市集-買物特選派對
 5/28 (四) 環境教育體驗行

4-雲林環境季

求才令-今日雲林的貼文

求才令-今日雲林
 6月3日

雲林縣推動機車定檢E化
 落實節能減碳、守護生活環境
 簡訊登錄抽好禮！

114年 淨零活動
機車定檢與簡訊登錄

出廠滿5年機車 每年依行原發照月份前後一個月內完成排氣定檢
 113年起全縣停止舊發定檢通知明信片

完成登錄+年度定檢
 4、7、10、12月抽 禮券(100名)
 年底加碼 送 電動機車(3名)

KINGTOP.COM.TW
 雲林縣推動機車定檢E化 落實節能減碳、守護生活環境 簡訊登錄抽好禮！-台灣華報
<https://www.kingtop.com.tw/雲林縣推動機車定檢E化 落實節能減碳、守護生活環境 簡訊登錄抽好禮!>

6-雲林縣推動機車定檢E化

雲林縣環境保護局
7月30日下午4:00

🚫禁止露天燃燒！傷身傷荷包🚫
露天燃燒不僅會產生大量黑煙與有害物質
危害呼吸健康
還可能引發火災
造成機件不佳引發行車安全
違者將處新臺幣10萬元罰鍰，屢犯將依法加重處罰！

雲林縣環保局啟動「無人機智慧監測」
強化巡查與科技執法
違規行為一目了然，絕不姑息中法眼

提醒您停止露天燃燒
改用農作物廢棄物堆肥合法處理
或尋求農作物堆肥粉碎機租借或補助方法
一起守護清新無煙的生活環境

禁止露天燃燒
雲林縣環保局守護你我好空氣

禁止露天燃燒
傷身傷荷包

環境維護 立即通報 05-5372836
健康維護 違規檢舉 05-5372836
品質維護 違規檢舉 05-5372836

7-露天燃燒不環保

雲林縣環境保護局
昨天上午10:00

🔥這個夏季不費電，炎夏節電有撇步
夏天用電量激增，你家電費也暴衝了嗎？
帶你來省節電小撇步
生活中就能輕鬆實踐

- ✅ 家電選購環保標章、節能標章，長期省下大筆電費
- ✅ 冷氣設定26-28°C，加車風扇降涼感
- ✅ 冷氣靜電模式，半夜不會冷吱吱
- ✅ 冰箱別塞太滿，保持8分滿最節電
- ✅ 熱水器隨季節定溫，加輪定時器，減少待機耗電
- ✅ 生活節電除手刷開水，小小動作可以省下荷包

生活節電好處多
保護環境又省荷包
快和我們一起節電減碳GO

#淨零綠生活
#雲林縣環境保護局

高耗不省電 節電有撇步
冰箱物品不要多
物品太多影響保冷功效
挑選節能電器更節電

高耗不省電 節電有撇步
冷氣定溫最舒適
半夜關機冷抽換
舒適好睡到天亮

8-這個夏季不費電

雲林縣環境保護局
24分鐘 ·

👉畜牧糞尿資源化，增加肥分尚介讚👉
配合畜牧廢水資源化法規政策，飼養規模達
養豬🐷20頭以上
養牛🐮40頭以上
應於114年12月27日前，完成資源化5%政策
【逾期將依違反水污染防治法第18條規定】
處分新臺幣1萬至600萬元罰鍰

環保局設有專人免費協助申請沼液沼渣資源化相關事宜
因名額有限歡迎畜牧場及農民踴躍來電
聯絡專線：05-5372836

沼液沼渣好處多多
減少污水費 繳納
減少廢水曝氣操作成本
增加農作物抵抗力 及產量
減少環境污染
減少化學肥料

#雲林縣環境保護局
#沼液沼渣
#淨零排碳
#永續家園
#SDGs6淨水與衛生
#SDGs12責任消費與生產

畜牧糞尿資源化

聽說我們的
很有價值耶~
你是在說資源化
5%這件事嗎？

沒錯
飼養20頭以上
40頭以上
114年12月27日前
必須完成畜牧糞尿
5%資源化利用

但是資源化5%的
比例要怎麼算呢？

每日廢水有20公升
20公升x365天=7300公升廢水總量
7300公升x0.05%=365公升
舉例
代表此畜牧場每年必須有365公升的
畜牧廢水依程序排至農田澆灌囉！

365 DAYS
每日廢水x365天=年度廢水總量
年度廢水總量x5%就可以囉！

需要專人服務或有
相關疑問嗎？
歡迎踴躍來電
05-5372836

9-畜牧糞尿資源化

雲林縣環境保護局
5分鐘 ·

畜牧業者申請倒數120天-畜牧糞尿資源化
「阿明啊！你牛養幾頭啦？」
「超過40頭啊~安抓逆？」
「哩愛ㄟ記埋捏~114年12月27日前，養豬達20頭以上、養牛達40頭以上畜牧場，都要完成5%糞尿資源化，不然可是要罰錢的！」
「哇災啦！哩啊用再說」

逾期將依《水污染防治法》第18條處分
罰鍰1萬~600萬元

糞尿資源化，不只避罰，還有卡讚的好處：
沼液沼渣 → 臭味少，肥分多
減少污水費、操作成本
農作物更勇健，收成更多
減少化肥，環境卡乾淨

環保局免費輔導，名額有限！
專線：05-5372836

#畜牧糞尿資源化 #114年12月27日截止
#農畜共好 #雲林環保 #守護水資源 #永續家園
#SDG6淨水與衛生 #SDG12責任消費與生產

【未依規定申請者】
114年12月27日前
須完成畜牧糞尿5%資源化利用
逾期
將依違反水污染防治法第18條規定
處分新臺幣1萬至600萬元罰鍰

你 and 蔡芷菱
讚 留言 分享

10.畜牧業者申請倒數 120 天



11.聯合報-YES 系統



12.正聲廣播雲林台-綠色運具



13.正聲廣播雲林台-環保集點



14.正聲廣播雲林台-登革熱防治



15.環保局臉書-清溝大作業



16.發現新台灣-二手循環館

<p>17.台灣好報-告別一次性備品</p>	<p>18.新生報-環保標章</p>
<p>19.中華日報-淨零綠生活</p>	<p>20.新新聞報-淨零綠生活</p>
<p>21.中國時報-春節特刊-淨零綠生活</p>	

圖 4-3-1、空氣污染防制或淨零永續等新聞媒體露出畫面

六、執行成果

本計畫整合環保局各業務科室年度政策方向，於114年度實際完成21則新聞及宣導露出內容。並依政策屬性與宣導目的，彈性運用新聞稿、專題專訪、圖文宣導、短影音及紙本刊登等多元媒體形式，形成橫跨網路與傳統媒體之整合宣傳模式。

在執行策略上，針對空氣污染防制、淨零綠生活、資源循環及環境衛生等重點政策議題，採取主題式規劃方式，分階段進行宣導露出，避免集中於單一時間點，確保全年政策訊息持續曝光。透過將政策內容轉化為生活化情境與具體行動指引，使民眾能於日常生活中理解政策意涵，降低政策理解門檻，提升宣導親近性。

整體成果方面，網路平台累積觸及近2.7萬人次，影片觀看次數近4.2萬次，顯示影音形式於政策宣導上具備較高吸引力；另透過報紙、專刊及農民曆等紙本媒體刊登，發行量合計逾30萬份，有效補足網路宣導以短期觸及為主之限制，達成「即時宣導」與「長期曝光」並行之政策傳播效果。

七、結論

本年度新聞媒體露出作業以「空氣污染防制」與「淨零永續」為核心主軸，結合環保局各業務科室施政重點，完成具系統性與延續性的年度宣導規劃。透過不同媒體型態之整合運用，使政策訊息得以依受眾特性進行分眾傳播，提升政策溝通效率與整體能見度。

綜合執行成果顯示，影音及圖文並行之宣導策略，較能吸引民眾主動接觸與理解政策內容；紙本媒體與年度型刊物之長期曝光，則有助於深化政策記憶與穩定訊息傳遞，兩者



相互補充，形成完整之政策宣導架構。整體而言，本計畫已成功建立穩定之年度新聞露出節奏，並有效將政策語言轉化為貼近民眾生活之溝通內容，具體展現年度執行成果與政策推廣效益，達成計畫預期目標。



4-4 辦理空氣污染防制或淨零永續等環境議題相關記者會

一、辦理目的

本次記者會以「雲林縣清溝大作戰」為主軸，呈現縣府推動防汛減災、清除淤積、維護社區衛生的具體成果。環保局自113年至114年間，已完成清疏總長度1,211.86公里、清除泥沙33,369公噸、出動6,221車次、動員12,442人次，有效改善易淹水區排水功能，顯著降低災害風險。活動同時呼應永續發展目標(SDGs 6：淨水與衛生、SDGs 11：永續城市)，推廣全民共同維護排水系統與環境整潔，建構「潔淨家園、韌性健康城」。

二、辦理單位

(一) 指導單位：環境部、雲林縣政府

(二) 主辦單位：雲林縣環境保護局

(三) 執行單位：大立環保科技有限公司

三、參與對象：雲林縣媒體記者與地方相關單位。

四、辦理日期：114年11月24日(一)8時30分至9時30分

五、辦理地點：雲林縣政府親民空間(雲林縣斗六市雲林路二段515號)

六、活動名稱：「雲林縣清溝大作戰」清溝成果記者會

七、與會人數：記者12人，長官貴賓15人，工作人員21人，共計48人

八、辦理內容

本次清溝成果記者會以「成果展示、專業簡報與媒體交流」為核心辦理方式，透過視覺化展板、影片播放與現場導覽，使與會記者能快速掌握清疏作業的重點背景與縣府推動方向。活動現場以三大展示為主題，分別呈現年度清疏成果、地方典範案例及跨縣市支援紀錄。活動流程自報到開始即維

持穩定節奏，包含開場影片、成果簡報、社區代表分享及長官致詞等環節，均依活動主軸緊密串接，使內容呈現更具系統性與完整性。媒體聯訪及清溝車戶外展示安排於活動尾聲，使記者能直接進行採訪與補充畫面，強化後續新聞產出品質。整體活動以資訊清晰、動線順暢與導覽詳實為原則，確保與會觀眾在短時間內獲得充分資訊，達成政策說明與媒體溝通的目的。

表 4-4-1、記者會議程表

時間	流程項目	說明
08:00-08:30	來賓報到/成果展示	展示年度成果與案例
08:30-08:35	開場影片-溝渠回憶篇	前導短片播放
08:35-08:45	清溝成果簡報	由環衛科葉增智科長報告
08:45-08:55	成果影片播放(雲林版)	年度清疏成果影片
08:55-09:00	社區代表致詞	斗南舊社里里長葉永萌
09:00-09:05	成果影片播放(花蓮版)	花蓮支援成果影片
09:05-09:15	長官致詞	縣長、局長致詞
09:15-09:25	媒體聯訪/大合照	訪談與團體照
09:25-09:30	清溝車戶外展示	參觀清溝車設備

九、年度成果與關鍵數據

113 至 114 年間，雲林縣透過「清溝大作戰」全面強化各鄉鎮排水系統，本期共完成清疏長度 1,211.86 公里，清除淤泥 33,369 公噸，累計出動 6,221 車次與 12,442 人次投入作業，使易淹水地區的排水效率大幅提升，颱風過後的淹水案件減少超過九成，顯示治理成效顯著。期間亦展現地方治理亮點，如虎尾鎮自籌經費購置大型沖吸兩用清溝車，提升作業效率，成為自主治理典範；此外，本縣於 114 年 10 月支援花蓮震災清淤，完成 3,212 公尺清疏並清除 816 噸淤泥，體現跨縣市合作能量與韌性治理精神，整體成果充分反映縣府在防汛減災與水環境維護上的具體進展。



圖 4-4-1、記者會現場成果展示

十、媒體宣傳與社群成效

本次記者會透過多元媒體與官方社群同步推播，使清溝成果得以迅速擴散並提升政策能見度。活動當日由雲林縣政府與環保局於官網及臉書粉絲專頁發布訊息，縣長及局長亦以個人社群分享內容，形成縱深式的公部門宣傳網絡。新聞媒體方面，自由時報、聯合新聞網、雲林新聞網、正聲廣播等多家平台先後刊登報導，使活動曝光度大幅提升，進一步促使民眾理解清疏作業對防災、公共衛生與生活安全的重要性。透過社群互動與媒體擴散，記者會所傳達的政策內容得以在短時間內觸及更廣泛的受眾，有效強化縣府在水環境治理上的形象與公眾信任。



雲林縣環境保護局 FB 粉絲專頁
發布情形
<https://www.facebook.com/share/p/1AMX65CtQP/>



雲林縣環保局官網新聞
<https://www.ylepb.gov.tw/latestevent/index-1.asp?Parser=9,3,16,,,1912>



雲林縣政府發布情形
https://www.yunlin.gov.tw/News_Content.aspx?n=1244&s=571854



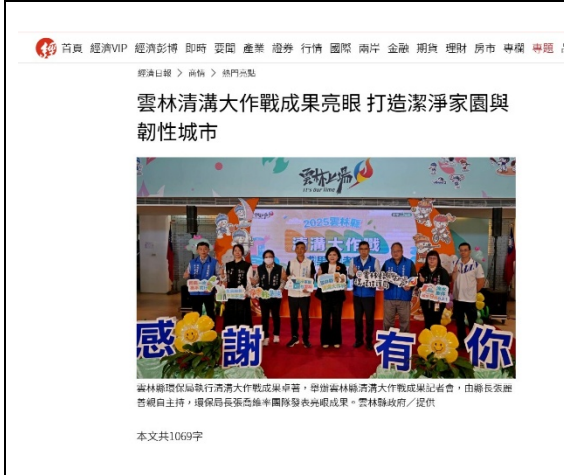
雲林新聞網 FB 發布情形
<https://www.facebook.com/share/p/17fpWBWiV9/>



自由時報媒體發布情形
<https://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/5255862>



聯合新聞網媒體發布情形
<https://udn.com/news/story/7326/9159007>



經濟日報媒體發布情形
<https://money.udn.com/money/story/5635/9160866>



台灣生活新聞媒體發布情形
<https://news-st-media.com.tw/news/54453>



中央社媒體發布情形
<https://www.cna.com.tw/news/alog/202511240046.aspx>



中時新聞網媒體發布情形
<https://www.chinatimes.com/newspapers/20251125000542-260107?chdtv>



 <p>正聲廣播公司雲林台 11月23日下午7:33</p> <p>【正聲廣播公司雲林台】 日漸看不見，卻非常重要的隱形工程—清水溝 雲林縣「清溝大作戰」三年計畫，自113年啟動至今，成效有目共睹！ 全縣清溝長度達1,211公里(可繞台灣一週!)，清除淤泥35.615公噸！清水溝、清的不只是淤泥及油垢，而是清除淤積在溝底，導致降低排水效率及減少病媒孳生，邁向「零淹水、零發生源、零登革熱」的目標邁進。水溝如同人體血管，血路暢通，人就健康，#水溝暢通，#家就安定，基礎建設不容小覷，要做就要做到細微！</p> <p>張善維局長表示，目前面對極端氣候，在急暴驟雨之下導致社區淹水，造成住宅內許多家具電器受損，而臨近家戶的溝渠(衛生溝)長期以來累積了淤泥及油垢，彷彿人體血管結塊影響血液流通，#為了從根本解決問題，編列3億預算啟動為期3年的「清溝大作戰」，透過沖吸兩用的清溝車，仔細將雲林境內的溝渠清理，不僅大幅降低淹水的情形，也能預防登革熱產生。</p> <p>雲林縣環境保護局長張善維局長表示，感謝縣長及議會支持才有機會啟動「清溝大作戰」計畫，#經費大概是以前十五倍，也就是原本需要花15年執行的計畫，#3年內就完成，在環保局與水利處共同合作下，不到兩年的時間，全縣清溝長度達1,211.86公里，清除淤泥35.615公噸，累計出動4524車次、動員13,048人次，#這些成果有效改善縣海水區排水功能，颱風暴雨過後海水湧入案件明顯減少，也讓縣民在面對極端氣候時更有安全感。</p> <p>張善維局長在11月24日發表記者會中感性分享，若沒有啟動「清溝大作戰」計畫，便沒有能力幫助他人，當花蓮在難關的時候，#雲林有能力出動清溝車及大型機械協助花蓮居民恢復家園，張善維局長補充，當時馳援花蓮協助的清溝車共20輛，雲林就佔了13輛，歷時15天共完成3,212公呎清溝長度、清除816公噸淤泥，不僅展現雲林在防汛整備的專業能力，也體現「同島一命、攜手前行」的社會責任與行動力。</p> <p>張善維局長說明，未來會導入AI系統，針對易淹水地區設置#智慧監測技術與預警系統，監測系統只要達到設定數值5公分或10公分，就會立即啟動通報作業，讓清溝作業從「定期清理」進化為「智慧預防」，朝「零淹水、#零發生源、#零登革熱」的永續願景邁進。</p> <p>更多雲林大小事，歡迎持續關注正聲廣播公司雲林台FB粉絲專頁。</p>	 <p>雲林縣政府 11月23日下午7:19</p> <p>守護健康的隱形工程 雲林縣清溝水作戰 水溝沒了淤泥與油垢，就會堵塞淤積垃圾，不僅有臭味，還容易成為蚊蟲、老鼠、病媒蚊的天堂。 積聚久了，酸臭味、臭水不難想像臭到閉門，清溝不但不臭，甚至能守護大家生活的第一道防線，讓縣民大家每天生活的安寧、安全與幸福！ 動員四千多名員警三年的「清溝大作戰」，展現清溝的成績： 全縣清溝長度達1,211.86公里 清除淤泥35.615公噸 累計出動4524車次、動員13,048人次 這股力量讓清溝水的地方排水更堅韌，颱風暴雨後的淹水淹溺案件也明顯減少，讓清溝工程不是一定能，但大家都覺得好，也真誠感謝。 這些成果的背後是一群清溝車的人，他們在烈日下、在雨中、在深夜，一凡一位位認真對待這件工作。 展現雲林特殊的暖與所有清溝車夥伴的陪伴，讓你們們這「看不見但絕對重要」的隱形工程展現專業。 乾淨清溝讓你們更安心，讓大家安心不淹水，真誠感謝清溝車的家。 #清溝大作戰 #環境衛生 #智慧 #AI</p> 
<p>正聲廣播發布情形 https://www.facebook.com/share/p/1CkjiWENwY/</p>	<p>縣長 FB 粉絲專頁發布情形 https://www.facebook.com/share/p/1FyumpPFAw/</p>
 <p>風傳媒 092分創像圖包可免費！早上報0050-096208再會會多事？多事如小滿喜當加碼！「信意單」</p> <p>首頁 > 地方新聞 > 下水道竟藏這麼多東西？雲林清溝大作戰挖出3.5萬噸淤泥，淹水風險降93%</p> <p>下水道竟藏這麼多東西？雲林清溝大作戰挖出3.5萬噸淤泥，淹水風險降93%</p> <p>2025 11 24 16:11 新聞</p>  <p>張正熱線中</p>	 <p>大紀元 雲林清淤3.56萬噸、疏通1211公里 大幅降淹水風險邁向零淹水城市</p>  <p>雲林縣政府推動「清溝大作戰」成果展，今年已完成1,211公里衛生溝渠清理，清除3.56萬公噸雜物與淤泥，環保局24日於縣府舉行成果記者會。(雲林縣政府提供)</p>
<p>風傳媒媒體發布情形 https://www.storm.mg/article/11083275</p>	<p>大紀元媒體發布情形 https://www.epochtimes.com/b5/25/11/24/n14642149.htm</p>
 <p>中華新聞雲 China Daily News</p> <p>雲林水溝清淤三點五六萬噸、一千二百多公里 強化排水韌性邁向零淹水永續家園</p> 	 <p>Yahoo! 新聞 雲林清溝大作戰 除3.56萬噸污泥強化排水韌性</p> <p>全國廣播 2025年11月24日 週一 下午3:07</p> <p>雲林縣政府推動「清溝大作戰」持續見效，截至今年全縣已完成1211公里衛生溝渠清理，累計清除雜物與污泥共3.56萬公噸，縣府表示，清淤作業有效降低社區淹水風險93%，同時改善惡臭問題並抑制病媒孳生，對維護生活環境與公共安全具有顯著成效。</p> <p>環保局24日舉行成果記者會，緩解行動方案與執行情形，並播放協助花蓮光復鄉清理排水溝的紀錄影片，縣府強調，面對極端氣候頻仍，必須持續強化排水與防汛設施，提升災害應變與支援能力。</p>
<p>中華新聞雲媒體發布情形 https://www.cdns.com.tw/articles/1323102</p>	<p>奇摩新聞媒體發布情形 https://reurl.cc/W8GexD</p>

圖 4-4-2、新聞媒體發布情形

十一、成果影片推播情形

雲林縣清溝大作戰成果記者會特別推出成果影片，透過生動影像記錄全縣三年來清溝行動的點滴與亮點。影片呈現清疏長度突破 1,211 公里、清除淤泥超過 3.5 萬公噸的具體數據，並以實際畫面展現清溝車隊出勤、前後對照的環境改善，以及協助花蓮災後復原的感人畫面，讓民眾直觀感受防災整備的成效與團隊的堅定行動力。影片不僅記錄了數字背後的努力，也展現雲林縣邁向零淹水、潔淨家園的決心，共同見證這場守護家園的壯舉。成果影片推播宣傳情形詳如圖 4-4-3。



圖 4-4-3、成果影片推播宣傳情形

十二、活動現場情形



圖 4-4-4、記者會辦理情形

十三、結論與建議

本次清溝成果記者會以精準流程規劃、即時導覽解說與多平台同步宣傳的方式，成功協助縣府將重要施政內容有效呈現於媒體與民眾面前。活動全程以成果資訊視覺化、影片化及系統化陳述，使記者能在短時間內掌握重點，並藉由現場展示與戶外設備參訪，加深對清疏機制及縣府施政方向的理解。整體活動流程順暢，動線安排得宜，長官致詞、簡報、媒體聯訪等環節銜接恰當，確保資訊傳遞清楚且具完整性；媒體後續報導與社群觸及情形亦顯示，本次記者會達到良好宣傳效果，成功提升政策辨識度與公共討論度。

未來建議在辦理相關記者會時，可持續強化資料圖像化呈現，使複雜內容在短時間內更易被理解，並延伸增加展示實體物件、案例對照或現場示範，以提升媒體吸收效率。

同時可於活動前加強媒體溝通與素材提供，以確保活動後的新聞曝光更加聚焦。另建議持續整合縣府與局處的社群平台，建立一致性的發佈節奏與訊息主軸，擴大政策傳播能量。整體而言，本次記者會辦理過程順利，各項行政與協調作業運作良好，已為後續同類型活動累積寶貴經驗，亦能作為縣府在大型政策說明與成果揭露場合中的可複製模式。

4-5 辦理空氣污染防治、淨零永續等環境議題媒體交流會

一、活動目的

為推廣環境永續議題，舉辦空氣污染防治及淨零綠生活媒體交流會。會議聚焦環保局各科室的施政成果，並探討未來政策走向。透過此平台與媒體共同推廣環境相關議題，強調「淨零綠生活」的重要性，包括食、衣、住、行等生活面向的轉型，以達成2050淨零排放目標。這項活動旨在凝聚共識，促進全民參與環境保護，共同打造永續未來。

二、活動名稱：雲林環境推動 你我共同行動

三、辦理場次：1場次

四、辦理時間：114年4月14日(一)上午10時10分至中午11時30分

五、辦理地點：Wei 咖啡(雲林縣斗六市南揚街 12 號)

六、與會人數：記者 14 人，專家學者 2 人，局內長官 8 人，工作人員 12 人，共計 36 人

表 4-5-1、交流會會議程表

時間	內容	備註
10:10 - 10:25	貴賓及媒體報到	
10:25 - 10:30	開場與活動說明	主持人-黃俊傑
10:30 - 10:40	局長-張喬維引言、 郭昭吟教授、謝祝欽教授致詞	局長引言、 專家致詞
10:40 - 11:00	環保局重點議題介紹 空噪科科-吳其臻 綜計科科長-葉騏華 廢管科科長-鄧雅諱 水保科科長-楊佳霖(代) 環衛科科長-廖崇園	各科科長
11:00 - 11:15	記者提問交流	
11:15 - 11:25	交流總結	
11:25 - 11:30	合影留念	

七、活動成果

本場媒體交流會以「淨零綠生活」為核心，成功邀集14家媒體記者及專家學者，透過跨科室政策分享，展現雲林縣在空污防制、資源循環及環境教育上的施政成果。現場互動熱絡，媒體針對空品監測與廢棄物再利用等議題積極提問，肯定本局施政方向與活動氛圍。相關新聞於多家主流媒體曝光，觸及多元受眾，有效提升政策關注度與社會參與感。活動亦落實永續理念，全程採低碳及重複性容器設計，預估碳排較預期減少39.7公斤CO₂e，具政策傳達與示範雙重意義。

本次邀集媒體記者與專家學者及本局一同分享雲林縣近年環保推動成果與未來施政方向，深度交流提升媒體記者對環保議題的理解與參與，各科科長亦針對今年欲推動之環保議題簡報交流，整理重點如表4-5-2所示。

表 4-5-2、交流會重點彙整

項次	項目	內容
1	資源循環與垃圾減量	<ul style="list-style-type: none">◆ 建置全國最多的 8 處畜牧糞尿處理場，協助超過 90 家畜牧場進行沼液沼渣集運，推動畜牧廢棄物農地再利用，促進循環經濟。◆ 廢棄物再利用率達 94%，推動一次性旅宿用品限制令與循環容器使用政策。◆ 強化垃圾破袋稽查，以落實源頭減量。
2	空氣品質管理	<ul style="list-style-type: none">◆ 全面改採電子化排氣定檢通知系統，放寬舊車補助標準至出廠滿 10 年即可申請，加速淘汰高污染車輛。◆ 114 年度將新增麥寮港與崙背鄉東興國小兩處空品維護區，提升區域性污染控制效率。
3	環境教育與社會參與	<ul style="list-style-type: none">◆ 114 年 4 月至 6 月舉辦「114 年雲林環境季」，以「淨零接力，雲林更有力」為主題，串連農 stay 體驗、淨堤行動、環教繪本推廣及輕旅行等活動。◆ 規劃環境素養調查，針對特定議題加強環境教育宣導。

項次	項目	內容
4	未來施政方向	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 於4月30日舉行「雲林縣氣候變遷調適館」動土儀式，完工後將成為全台首座以「氣候調適」為主軸的縣級示範場域。 ◆ 持續強化跨界合作、深化政策落實，攜手打造淨零、韌性、永續的綠色家園。



主視覺舞台區



開場表演-長笛演奏



主持人



局長致詞



業務分享-綜計科科長



業務分享-空噪科科長



業務分享-水保科代理科長	業務分享-環衛科科长
業務分享-廢管科科长	局長與專家學者
全體大合照	局長及各科室合照
獲獎項目展出-空噪科 Y.E.S 系統	獲獎項目展出-環衛科光雕系統

圖 4-5-1、媒體交流會影像

八、媒體露出

透過本次媒體交流，相關新聞稿已於多家網路媒體平台刊登，對外傳達本局舉辦本次交流會之目的及未來施政方向，進一步提升社會關注度與資訊觸及率。相關刊登情形詳如表 4-5-3 所示。

表 4-5-3、交流會媒體露出統計

序	出處	報導主旨
1	臺灣時報	雲林縣環保局舉辦「雲林環境推動 你我共同行動」媒體交流會
	網址	https://reurl.cc/3K7K2j
2	台灣新新聞報 台新傳媒	雲縣環保推動成果與未來施政對話，藉以凝聚共識打造永續的綠色家園
	網址	https://seenews.tw/archives/69242
3	Yahoo!新聞	「雲林環境推動 你我共同行動」～雲林縣環保局舉辦專家及媒體交流會 攜手打造「淨零、韌性、永續」綠色家園！
	網址	https://reurl.cc/knro0G
4	台灣華報	「雲林環境推動 你我共同行動」～雲林縣環保局舉辦專家及媒體交流會 攜手打造「淨零、韌性、永續」綠色家園！
	網址	https://reurl.cc/gR4YQz
5	雲林縣政府	雲林環境推動 你我共同行動
	網址	https://reurl.cc/vQ0L7e
6	雲林縣環境保護局 粉絲專頁	【雲林環境推動 你我共同行動】
	網址	https://www.facebook.com/share/p/18wkup32fE/
7	雲林縣環境保護局	雲林環境推動 你我共同行動

序	出處	報導主旨
	網址	https://www.ylepb.gov.tw/latestevent/index-1.asp?Parser=9,3,16,,,1722
8	正聲廣播公司 雲林台	雲林出擊產官學 雲林縣環境保護局局長率隊 展現環境永續堅定決心 https://www.facebook.com/share/p/18gQUE4mAP/



臺灣時報



台灣新新聞報
台新傳媒



「雲林環境推動 你我共同行動」～雲林縣環保局舉辦專家及媒體交流會 攜手打造「淨零、韌性、永續」綠色家園！

【記者劉春生、劉耀銘／雲林報導】
2025年4月14日



▲雲林縣環保局長張高維首次舉辦「環境推動你我共同行動」媒體交流會，親切交流互動，甚收效果。(記者劉春生攝)

▲雲林縣環保局長張高維首次舉辦「環境推動你我共同行動」媒體交流會，親切交流互動，甚收效果。(記者劉春生攝)

雲林縣環保局今天(十四日)舉辦「雲林環境推動 你我共同行動」媒體交流會，邀請媒體記者、環境領域專家學者及環保局同仁齊聚一堂，針對雲林縣過去的環保成果與未來施政方向對話，共同探討如何在地實踐永續目標。

專家及媒體交流會今天在斗六市Wei咖啡以輕鬆聯誼方式進行，出席專家有國立雲林科技大學環工系教授兼青創中心主任郭昭吟、台灣化學品安全管理協會理事長的雲科大名譽教授謝祝欽等人，分享環保永續管理及實務經驗並提供建言。

「雲林環境推動 你我共同行動」～雲林縣環保局攜手打造「淨零、韌性、永續」綠色家園！

【雲嘉特派員陳值利／雲林報導】雲林縣環保局今天(14日)舉辦「雲林環境推動 你我共同行動」媒體交流會，邀請媒體記者、環境領域專家學者及環保局同仁齊聚一堂，針對雲林縣過去的環保成果與未來施政方向對話，共同探討如何在地實踐永續目標。

專家及媒體交流會今天在斗六市Wei咖啡以輕鬆聯誼方式進行，出席專家有國立雲林科技大學環工系教授兼青創中心主任郭昭吟、台灣化學品安全管理協會理事長的雲科大名譽教授謝祝欽等人，分享環保永續管理及實務經驗並提供建言。

雲林縣環保局長張高維率領該局各科科長及代表出席交流會，同時宣布多項創新政策，展現環保局邁向綠色永續的堅定決心。

交流會聚焦於「資源循環」、「垃圾減量」、「空氣品質管理」與「環境教育」等面向，並強調媒體在推動環境意識普及上的關鍵角色。

局長張高維表示，透過專家學者的經驗分享與媒體報導的廣泛傳播，能有效提升社會大眾對環保議題的理解與參與，凝聚跨界共識，一同邁向「淨零碳排」目標。

該局副局長、廖崇恩、吳其謙及郭耀誠等科長與代表，並就該科負責的環保業務兼辦情形及成果提出簡報，並答覆媒體朋友相關詢問。

其中在政策推行層面，雲林縣近年來在多項環保指標上取得顯著成果；空氣品質方面，縣府已全面改採電子化排氣定檢通知系統，並放寬舊車補助標準至出廠滿10年即可申請，加速淘汰高污染車輛。

此外，114年度將新增麥寮港與善善鄉東興國小兩處空品維護區，提升區域性污染控制效率。

Yahoo!新聞



雲林縣政府

台灣華報

雲林縣環境保護局的貼文

雲林縣環境保護局
4月14日

【雲林環境推動 你我共同行動】
媒體交流會 圓滿落幕
每一位關心環境的你，都是改變的起點
召集媒體朋友與專家學者，分享交流雲林的環保成果與未來方向
感謝各界的指導，將讓我們持續進步，一同攜手走向永續
本次交流會除了介紹本局的政策願景
更從與記者媒體一同交流
讓環保議題能更加融入民眾生活
從空氣品質的守護
廢棄物的源頭減量
畜牧資源的循環再利用
到全民參與的環境教育
每一項政策背後，都藏著雲林對土地的珍惜，對未來的承擔
最後更是預告了最新的永續建設
全台首座「氣候變遷溝通館」將於4/30舉行動土祈福儀式!!
而4至6月，我們也將舉辦「2025雲林環境季」系列活動
淨壇行動、農村體驗、環教活動等...邀請您一起參與，用行動守護這片土地

#雲林縣環境保護局
#雲林環境推動你我共同行動
#永續雲林 #淨零接力雲林更有力



雲林縣環境保護局粉絲專頁



	
<p>雲林縣環境保護局</p>	<p>正聲廣播公司雲林台</p>

圖 4-5-2、媒體露出新聞畫面

九、媒體QA摘要

本次交流會以互動對談形式進行，現場媒體針對空氣品質監控、廢棄物再利用政策等議題提出詢問，顯示對本局施政方向之關注與期待。本局亦就提問內容逐一回應，說明推動現況與後續規劃。另有與會媒體代表肯定本次活動氛圍溫馨、形式創新，有助於提升政策理解與傳播效益。相關提問與回應內容彙整如表 4-5-4 所示。

表 4-5-4、媒體 QA 摘要表

提問內容	本局回應摘要
空氣品質監控是否有新科技導入？	本局說明已持續運用智慧環境監測系統，並結合即時數據提升查緝效率。
廢棄物再利用政策如何落實在地？	說明雲林持續推動資源循環場域示範計畫，並鼓勵產官學合作。
今年在環境教育有何創新推動方式？	推出「雲林環境季」系列活動，串聯淨零教育、繪本推廣、農 stay 等多元參與形式，擴大政策參與面向。

本次媒體交流會以輕鬆親民的對話形式呈現，搭配實務簡報與現場互動，獲得與會者正面肯定。多位媒體與專家表示，活動形式別具新意，讓政策溝通更具溫度，有助於深化社會大眾對環保議題的理解與參與。以下摘錄部分與會回饋語句，如表 4-5-5：

表 4-5-5、媒體回饋表

項次	內容
1	這場交流會讓我們在愉快氛圍中認識到淨零政策的核心精神，形式活潑、資訊紮實，對我們媒體來說非常受用
2	不同科室輪流簡報的設計很有系統，能快速掌握施政重點，也有助於後續撰寫報導
3	活動現場氛圍溫馨，場地安排自然，形式創新值得肯定

十、活動碳足跡分析

本次媒體交流會共計 36 人參與，活動期間依據場地使用時間、電力設備(如照明與空調)及交通方式等項目進行碳排放量估算，總碳排放量約為 17.10 公斤二氧化碳當量。此外，為落實永續會議精神，活動全程未使用一次性餐具，現場所提供茶水與點心皆採可重複使用容器，亦為減碳盡一份心力，碳足跡分析表如表 4-5-6 所示。

本次減碳量計算依據環境部及國家公告排放係數辦理，盤查範疇涵蓋直接排放、能源間接排放及其他間接排放，減碳量則以採取措施後用量減去基準情境用量，再乘以相同係數換算所得。



表 4-5-6、交流會碳足跡分析表

活動日期：	114/4/14
與會人員人數：	24
工作人員人數：	12
預估碳排放量(含負碳)： (二氧化碳公斤當量)	56.81
實際碳排放量(含負碳)： (二氧化碳公斤當量)	17.10
預估與實際差額量：	-39.70
減碳措施	1. 不提供紙本簡報講義 2. 不提供一次性紙杯紙盤

差額量(+)代表實際較預估碳排多
差額量(-)代表實際較預估碳排少

4-6 運用多元宣傳管道及經營平台，擴大宣導本局施政績效

為增進縣民對環保局施政作為的認知與參與，環保局持續運用多元宣傳管道與數位平台，強化政策傳遞與互動溝通成效。除透過新聞媒體專題報導與廣告露出方式，傳達空污防制、節能減碳、智慧環保等重點政策外，亦製作短影音與圖卡素材於社群平台(Facebook、YouTube、Instagram)發布，提升政策資訊的可視性與觸及率。

除傳統媒體宣導外，亦積極經營社群互動，結合直播、短影音及留言機制，讓政策溝通更貼近民眾日常。此舉除強化政策理解度外，亦有助於及時掌握民眾回饋，作為後續調整與行銷規劃依據。

後續持續依議題特性與受眾輪廓，發展具策略性的宣傳素材與平台經營方式，強化多元管道之整合應用，擴大施政績效之傳播廣度與深度。

4-6-1 製作影音媒體進行主題式議題宣傳本局施政策略及成果

一、辦理目的

為強化本局空氣品質治理與氣候行動相關政策之溝通與民眾參與度，今年度共辦理2場次影音宣導活動，分階段推出具主題性之影片素材，藉由不同敘事風格與媒體平台曝光，擴大政策訊息的觸及與理解，促進政策行動的落實。

二、辦理場次

本項工作依年度政策推動重點，共辦理2場次影音宣導作業，並製作4支宣導影片，各場次分別聚焦不同環境治理主題，並統一於本局官方社群平台進行發布推廣，以民眾的角度帶入深化政策宣導成效。

三、影片製作成果

(一) 第一場次：空氣污染防制政策宣導(2支影片)

第一場次影片聚焦於空氣品質維護政策，藉由生活化的角色對話與實景拍攝，引導民眾理解政策背後用意與實際行動方式。其中主宣傳影片以「雲林空氣守護者」為主軸，呈現空噪科日常執行作業與民眾互動情境，強化政策落實印象；短影音則針對「汽車排氣定檢」進行簡明說明，透過節奏明快、易於理解的形式，吸引社群平台上的分享與討論，擴大宣導效益。

表 4-6-1-1、第一場次影片規格

項目	主宣傳影片	短影音影片
功能定位	政策宣導與行動倡議	吸引互動、社群分享
主題	雲林空氣守護者	汽車排氣定檢好 EASY
影片時長	約 7 分鐘	約 1 分鐘
演出角色	空氣噪音管理科科长及同仁、民眾(演員)	空氣噪音管理科科长、民眾
拍攝地點	雲林縣內(環保局、監測車停放處、廟宇、路邊...等)	驗車廠(代檢廠)
發布平台	Facebook、YouTube	Facebook、Instagram
上映日期	8 月 29 日 (依內容審查與議題安排調整)	7 月 24 日
影片連結	https://risu.io/YffFP 	https://reurl.cc/ekLylm 
抽獎活動	-	<ul style="list-style-type: none">● 7 月 24 日~7 月 30 日留言● 8 月 1 日公告得獎名單● 8 月 8 日領獎截止日

1. 影片內容

第一部長影音由兩位民眾(演員)以民眾日常參拜行程為情境引導，一路上遇到各項空氣品質檢測設備提出的疑問進而帶到本局於空氣維護的各項作為，內容含概空品監測車、感測器、機車定檢、環保祭祀等，並邀請本局空氣噪音管理科計畫人員於各項目協助講述各項設備用途，結語透過空氣噪音管理科科长勉勵，呼籲大眾共同守護雲林的清新好空氣。

第二部短影音則以幽默的方式強調為維護空氣品質與健康並行，千萬別忽視汽車定檢。開頭以急迫的對話強調若沒按時定檢會有罰款的可能，再由本局空氣噪音管理科科长與本計畫人員融入創意律動與改編歌詞，將硬性的定檢資訊轉化為易於記憶的內容。

2. 抽獎活動辦理成果

為提升政策宣導影片之傳播效益，搭配短影片上映同步於 Facebook 辦理互動式抽獎活動，鼓勵民眾透過觀看、點讚、留言與分享等方式參與，強化政策訊息擴散力道。參與方式為：點讚貼文、標註兩位朋友並留言一句環保相關語句，即可獲得抽獎資格。

本次抽獎贈品為「環保六件組收納袋」，具分類收納功能，可重複使用，兼具實用性與環保理念，傳達減少一次性塑膠製品使用、落實綠色生活之精神，鼓勵民眾從日常實踐低碳行動。完成互動條件並參與抽獎者共 381 人，展現高度參與熱度。貼文留言分析顯示，民眾關注重點包含



「守護空氣品質」、「定期檢驗」及「環保推動」等具體面向，回饋具實用性。

表 4-6-1-2、第一場次影片成效統計表(空氣污染防制系列)

指標類別	雲林空氣守護者	汽車排氣定檢好 EASY	備註
總觀看次數	3,126 次	22,000 次	短影音觀看表現相較過往政策宣導影片顯著提升，擴散成效良好。
觸及人數	32 人	6,087 人	短片透過演算法有效接觸到大量非追蹤對象。
互動數	54 次	1,267 次	包含按讚、留言、分享，短片互動極其熱絡。
抽獎人數	-	381 人	透過抽獎成功轉換社群流量為實際參與。
分享次數			海洋守護議題引發高共鳴，帶動大量自主分享。
互動率(%)	5%	20.81%	短片遠超業界平均水平(10%以上即為極高)。
主要成果說明	定位為「政策紮根工具」。完整呈現空污防制科技與執法細節，適合活動及會議深度說明使用。	定位為「議題擴散工具」。以趣味舞蹈與改編歌詞突破硬性宣導隔閡，有效提升民眾對「汽車定檢」的關注度。	



雲林空氣守護者

汽車排氣定檢好 EASY

圖 4-6-1-1、影片成效截圖畫面



雲林空氣守護者

汽車排氣定檢好 EASY

圖 4-6-1-2、第一場次影片畫面

<p>雲林縣環境保護局 昨天下午 4:02 · 公</p> <p>【汽車排氣定檢好easy】 你知道車輛定期排氣檢驗，關係著你我的健康與環境嗎？ 雲林縣環保局透過感測器與行動服務，主動守護空氣品質！</p> <p>📺《汽車排氣定檢好easy》 【看影片+留言抽好禮】 完成以下👉步驟，就有機會抽中限量宣導品👉</p> <p>① 按讚本篇貼文 ② 標註2位朋友+觀看後有感而發的一句環保箴言 (例如 @ABC @123 守護空氣品質是你我的責任)</p> <p>📅 活動留言期間：即日起至 2025年7月30日(三)中午12:00止 📅 名單公布日期：請鎖定雲林縣環境保護局粉絲專頁 🎁 獎項抽出內容：抽出50位幸運朋友獲得萬用六件組收納袋 🏆 獎項領取辦法：可選擇親領或寄送 (相關辦法將於得獎公告一併說明)</p> <p>#定期檢驗 #淨零綠生活 #雲林縣環境保護局 #看影片抽好禮 #讓呼吸更安心</p>	<p>汽車排氣定檢好EASY 得獎名單公告</p> <p>盧佳伶 柯旭笛 蔡羽婷 Shin Huang 林筱筱 Di Li 張旻潔 李欣明 陳遇投 Kiki LinLin 林小杉 簡建廷 Na Parco 王燕如 Jay Jay Chen MingJun gmi Lee Lufish Lu 徐勤翔 Liu John Jia Xuan 戴于翔 Chinghsiang Hsu 蔡春美 黃國豪 Cyeir Hai Cat Lan 雷樂 Hung Pin Lin Safiya Huang Amy Xu 王昱凱 George Syu Siang Siang 陳俞汝 Joanna Huang 蕭羽秀 Lucky Pan 江翠嫻 ToTo Liu 甄后雅 徐千涵 姜桂香 洪國賢 翁英娜 葉吟儀 Hihc Hsuec 洪仲儀 劉宛欣 尚軒 魯蕭蕭</p>
<p>FB 貼文內容</p>	<p>抽獎得獎名單</p>

圖 4-6-1-3、抽獎活動辦理情形

(二) 第二場次：水環境治理政策宣導(2支影片)

為使民眾了解雲林縣環境保護局對於本縣水質檢測及海洋守護的用心，藉由角色串場影音、實地走訪與互動，以連貫式主題推廣水相關資訊與政策。本次以在地鄉親「阿土」以民眾角度，透過他旅程所見帶領民眾進入「水」的故事。

表 4-6-1-3、第二場次影片規格

項目	河川水質篇	海洋守護篇
主題	《阿土的水流修煉》-上	《阿土的藍色行動》-下
影片時長	3分46秒	4分16秒
演出角色	水質保護科科長及同仁、民眾(演員)	水質保護科科長及同仁、民眾(演員)
拍攝地點	環保局、雲林溪周邊	環保局、台西
發布平台	Facebook、YouTube	Facebook、YouTube
影片連結	https://reurl.cc/W8WRny	https://reurl.cc/aMzLO9
上映時間	114年12月4日	114年12月23日
抽獎公告時間	-	114年12月29日
寄送時間	-	114年底-115年初

1. 影片內容

第一部影片以角色「阿土」作為引導視角，透過實地走訪，串聯人工採樣、智慧監測設備及水質檢測流程，清楚說明河川水質監測的科學依據與嚴謹程序，並帶出縣內設置 46 台水質監測設備、24 小時全天候監控的具體作為。同時，影片結合畜牧廢水資源化政策，透過源頭管理與再利用措施，每年可有效減少大量廢水排入河川，結語再由科長出面呼籲全民共同守護河川水質。

第二部影片延續角色敘事，透過海岸垃圾、海廢危害生態的實際畫面，引導觀眾正視日常行為對海洋環境所造成的影響，內容呈現本局運用無人機空拍結合 AI 辨識技術，精準掌握海洋廢棄物熱點與類型，並媒合企業認養淨灘的創新作法，有效提升清理效率與管理精準度。此外，影片亦介紹「海洋環保艦隊」、「潛海戰將」及「海域水質監測站」等各項設備及政策說明本局以高精度感測器與即時傳輸系統，全天候監測海域水質數據，實現從河川到海洋的整體水環境治理。影片結語由科長強調從日常生活減塑、珍惜用水做起，成功引導民眾將政策理念轉化為可實踐的行動。





海洋守護篇《阿土的藍色行動》-下

圖 4-6-1-4、影片畫面

表 4-6-1-4、第二場次影片成效統計表(水環境治理系列)

指標類別	河川水質篇(上)	海洋守護篇(下)	備註
總觀看次數	2,097 次	9,189 次	兩支影片同屬水環境治理主題，下集搭配互動機制設計，觀看表現明顯提升。
觸及人數	1,468 人	5,066 人	
互動數	123 次	3,224 次	包含按讚、留言及分享數。
分享次數	2 次	531 次	海洋守護議題引發高共鳴，帶動大量自主分享。
互動率(%)	約 8.3%	約 17%	下集透過互動導向設計，互動率表現顯著高於上集。
主要成果說明	以阿土視角引導民眾了解 24 小時智慧監測系統，建立科學治理專業形象。	透過無人機與 AI 技術展現海洋治理成效，並藉由高分享數擴大政策影響力。	

由上、下集成效比較可觀察，在相同政策主題與內容脈絡下，是否搭配互動機制設計，對於影片觀看與互動表現具有顯著影響，顯示互動導向操作為提升政策宣導擴散成效之重要因素之一。



圖 4-6-1-5、影片成效截圖畫面

2. 抽獎活動辦理成果

為推廣影片的傳播效益，透過社群媒體上的留言標註活動，點讚並標註兩位朋友再加一句守護海洋相關留言，即可獲得抽獎機會。



影片含抽獎貼文

民眾留言畫面



公告得獎貼文

民眾留言畫面

圖 4-6-1-6、抽獎活動留言辦理情形

四、辦理成效總結

- (一) 分眾宣導成效顯著：經由本年度兩場次影音辦理經驗，證實「深度長片」與「趣味短影音」之雙軌並行策略正確。長片負責「政策紮根與細節說明」，短片則負責「廣域擴散與社群互動」。
- (二) 社群互動帶動政策理解：搭配「環保六件組」等具實用意義的贈品進行抽獎，能有效吸引民眾閱讀貼文內容。留言分析顯示，民眾對於「守護空品」與「減塑行動」已有高度認同，未來可持續強化參與式互動。
- (三) 異業合作與多平台布局：本年度成功利用Facebook、Instagram 及YouTube進行多點投放。未來建議可進一步評估結合在地KOL或跨部會平台轉發，並將影片剪輯為15-30秒之精華廣告版，於縣內電子看板或垃圾車宣導螢幕播放，極大化影片使用效能。

4-6-2 辦理網路社群媒體合作進行主題式議題宣傳

一、辦理目的

為擴大推廣環保相關宣傳，加強空氣污染防治、淨零綠生活、永續發展及氣候變遷等環境保護議題曝光度以及提升民眾環保意識，本計畫整合局內環境保護相關宣傳內容，配合聯合國永續發展目標(SDGs)，整合現有環保宣傳資源，結合新媒體與網紅行銷，擴大政策成果曝光，提升全民環保意識。

二、網紅合作名單：

表 4-6-2-1、社群媒體合作名單

網紅名稱	IG 粉絲數	FB 粉絲數	風格特色
邱怡澍 Joyce 	5.5 萬	7.3 萬	Joyce 是活躍於在地文化與公共活動的主持人，擁有豐富的活動現場經驗，擅長以中英文雙語介紹台灣在地特色，特別是在廟會、文化節慶等場合深具影響力。其自然親切的風格與現場掌控力，使她能成功串聯民眾與議題，為環境永續與地方特色創造更多關注與參與。
高采葳 Victoria 	4.5 萬	-	身為東森主播，Victoria 以溫暖自然的風格呈現清新日常，善於用細膩的鏡頭語言敘說故事，讓觀眾感受到平凡生活中的美好與自在。她擁有親和力，並在永續、旅行與生活美感等主題中具高度關注與共鳴，能有效引導粉絲參與綠色行動，傳遞正向影響力。

三、網紅條件：Facebook或Instagram追蹤粉絲數達3萬以上，且近2個月貼文至少5則之按讚之峰值須達1,000以上。

本計畫合作之網紅，皆符合Facebook或Instagram追蹤粉絲數達3萬人以上，並經盤點其近2個月貼文表現，單篇貼文按讚數峰值均達1,000以上，以確保合作對象具備實質互動影響力。



圖 4-6-2-1、網紅社群互動情形

四、影片時長：每則需含2分鐘(含)以上。

五、影片上線時間：

第一支：114年7月18日-【媽祖翻譯官的綠生活任務】、

第二支：114年10月29日-【雲林無塑旅店新亮點！不提供一次性備品×教育園區永續行動】

六、影片執行內容與宣傳形式

(一)第一場次【媽祖翻譯官的綠生活任務】-影片連結:

<https://reurl.cc/ekL0xW>

1. 影片內容

《一日雲林環保生活》影片時長共計 3.2 分鐘，由 Joyce 以親切自然且帶有在地文化底蘊的雙語風格，以實際行動帶領民眾自備環保水瓶、共享自行車、減塑購物及減少碳足跡等飲食日常環保行動，串聯政策具體作為，強化與觀眾的情感連結，腳本如表 4-6-2-2 及影片畫面如圖 4-6-2-1 所示。

表 4-6-2-2、媽祖翻譯官的綠生活任務拍攝畫面腳本內容

地點	環保要點	內容呈現
開場 (朝天宮門口)	-	畫面：主角走在清晨的街道上，陽光灑落。 「你可能認識我是媽祖首席翻譯官，常常帶大家走廟會、講在地故事...但今天，換個角色，陪你一起體驗-雲林的一天環保生活！」 旁白：「一天環保生活挑戰，開始！」
奉茶 (進入朝天宮後於服務台右轉)	自備環保水瓶	畫面：鏡頭聚焦主角至奉茶站點，手持環保水瓶，盛裝飲用水之畫面。 旁白：在奉茶站點，使用環保水瓶盛裝飲用水，不僅方便又健康，更是我們守護地球、減少塑膠浪費的重要行動。 讓我們一起從小習慣做起，為環境永續盡一份心力。
花生鋪 (廟口出來後直走)	選購在地農產品，減少運輸碳排。	畫面：主角選購在地農產品 旁白：支持在地農產品，減少運輸碳排。
日興堂餅舖 (雲林縣北港鎮中山路 3 號)	使用環保餐盒及購物袋	畫面：主角走進在地名產餅舖，手上拿著環保餐盒及自備購物袋，選購大餅、麻佬等名產，減少一次性塑膠包裝產生。 旁白：「自備容器，少一份垃圾，多一分友善。」

地點	環保要點	內容呈現
<p>出門交通 北港觀光大橋</p>	租借 moovo 共享自行車	<p>畫面：主角在觀光大橋旁租借moovo共享自行車，輕鬆上路。 旁白：「旅行也能環保，共享自行車GO！」</p>
<p>飲料店 LOHA 甘丹簡單 (雲林縣北港鎮大同路 242 號)</p>	借用循環杯裝飲料	<p>畫面：主角借用循環杯或自帶水杯購買飲料，店員將飲料倒入杯中。 旁白：「喝飲料也要顧地球，環保杯帶著走！」</p>
<p>環保商店 (北港家樂福)</p>	掃描環保標章商品	<p>畫面：主角掃描環保標章商品，店內陳列多樣環保產品。 旁白：「認明環保標章，買得安心又永續。」</p>
<p>結尾 (環保局門口)</p>	-	<p>畫面：畫面浮現地球與雲林意象，字幕：「淨零綠生活，雲林更有力！」 旁白：「雲林縣環保局邀你一起挑戰一天環保生活，還有機會抽水杯喔！」</p>

<p>開場畫面 (北港朝天宮門口)</p>	<p>奉茶場景 (攜帶環保杯盛裝飲用水)</p>

 <p>支持在地農產品 所以在花生被送出去前</p>	 <p>多一分友善 少一分垃圾 使用環保餐盒</p>
<p>在地食材 (減少運輸碳排)</p>	<p>日興堂餅舖 (主角自備容器裝點心)</p>
 <p>共享自行車Moovo</p>	 <p>善用循環杯 循環杯帶著走</p>
<p>Moovo 共享自行車 (租借自行車，減少碳排)</p>	<p>LOHA 甘丹簡單 (借用循環杯，減少一次性)</p>
 <p>選用環保標章商品 認明環保標章</p>	 <p>淨零綠生活 共50組 等你來</p>
<p>北港家樂福 (選購環保標章畫面)</p>	<p>片尾畫面 (抽獎流程及中獎公告)</p>

圖 4-6-2-2、拍攝片段內容

2. 宣傳推廣與互動成果

影片同步發布於 Joyce Facebook 粉絲專頁、Instagram Reels 及雲林縣環境保護局官方 Facebook 粉絲專頁頁面，將其符合抽獎資格之民眾進行遴選，隨機抽出 50 名，並將其抽獎結果製作相關圖文發布於雲林縣環境保護局粉絲專頁公開露出；另以觸擊人數除以(按讚+留言+分享數)得出互動率，結果顯示各平台皆高於平均值。社群媒體發布情形及互動率統計詳如表 4-6.2、圖 4-6.2。

表 4-6-2-3、社群媒體統計彙總表

發布平台	觀看人數	觸及人數	按讚	留言	分享	互動率(%)
雲林縣環境保護局 FB 粉絲專頁	1.8萬	8,677	438	403則	413	14.45%
邱怡澍Joyce FB 粉絲專頁	3.8萬	9,600	1,083	39則	31	12.01%
邱怡澍Joyce IG reels	1.3萬	7,237	746	20則	6	10.66%

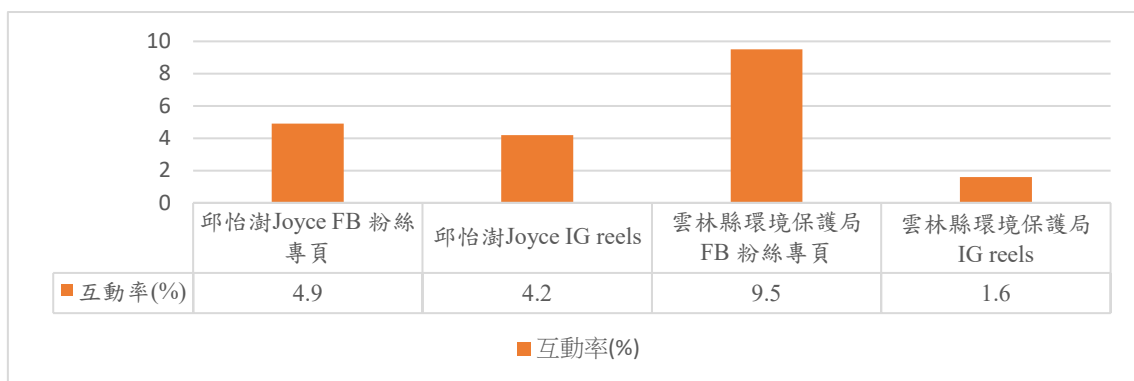


圖 4-6-2-3、社群媒體互動率統計



圖 4-6-2-4、環保局社群媒體發布結果

3.活動設計

搭配影片辦理抽獎，鼓勵民眾留言與分享，從符合資格者中抽出 50 名贈送宣導禮品。本次抽獎物品為「手提兩用瓶」，象徵響應綠生活理念與行動實踐，中獎名單同步於雲林縣環保局粉絲專頁公布。

只要完成以下三步驟，就能獲得抽獎資格

1. 在本貼文下方留言：「與雲林縣環境保護局一同做環保」
2. 將本貼文及影片公開分享至你的Facebook動態
3. 在留言中標記2位好友，加入綠生活行列！

就能把「手提兩用瓶」帶回家囉！
限量50份喔～

淨零綠生活

雲林縣環境保護局
Environmental Protection Bureau, Yunlin County

雲林縣環境保護局 FB 粉絲專頁



邱怡澍 Joyce FB 粉絲專頁

邱怡澍 Joyce IG Reels



活動貼文留言分享



中獎名單圖文資訊



邱怡澍 Joyce 與民眾互動情形

圖 4-6-2-5、社群媒體發布情形



抽獎活動領獎情形

圖 4-6-2-6、抽獎活動領獎情形

(二) 第二則【雲林無塑旅店新亮點！不提供一次性備品×教育園區永續行動】-

影片連結：<https://www.facebook.com/share/v/1Dtv22RNnW/>

1. 影片內容

《一起走進雲林的綠色日常》時長約 3.2 分鐘，由東森主播高采葳溫暖自然的風格呈現清新日常，以實際行動帶領民眾自備環保水瓶、不提供一次性備品、租借循環杯、環境教育園區、推廣在地食材減少碳足跡等等飲食日常環保行動，串聯政策具體作為，強化與觀眾的情感連結。腳本如表 4-6-3 及影片如圖 4-6-4 所示。

表 4-6-2-4、拍攝畫面腳本內容

分段重點	內容	畫面描述&備註
Open	(采葳)+(男友)「雲林一日遊開始囉！」	出遊日常，輕鬆幽默 (營造自然搞笑氛圍感)
轉場(劍湖山遊樂園外景+飯店外觀)		
Os 1(30 秒) 劍湖山遊樂園初體驗	趁著假期來到雲林玩 嘿嘿~當然要安排一趟劍湖山遊樂園呀!!! (采葳)(與男友自然互動) 第一站先去放行李!!! 「今天我們入住劍湖山渡假大飯店!!!」	*上字 雲林一日遊+劍湖山遊樂園 *畫面：兩人放行李，介紹飯店外觀

分段重點	內容	畫面描述&備註
<p>Os 2(30 秒) 飯店房間開箱+環保住宿理念</p>	<p>(采葳)開箱房間!!!這間飯店～被觀光署評鑑為五星級旅店是雲林唯二銀級環保旅館【環保標章旅館】! 他們推動減少一次性備品，改用大容量補充瓶，減少塑膠汙染，超棒! 重點是～這邊不提供瓶裝水哦，大家可多使用大廳奉茶站及各樓層的飲水機，減少一次性塑膠製品的產生，如果需要牙刷和紙拖鞋，也可以直接到櫃台索取哦，超級方便的。 (采葳)差不多～行李放一放我們趕快去！遊樂園！ (男友)不休息一下嗎～ (采葳)男生不能在女生房間逗留！出去！ (男友)(男友被推出門)</p>	<p>*上字 劍湖山度假大飯店 畫面：拍攝大廳+自助飲水機+房間內環保備品特寫+飯店門口</p>
<p>轉場(玩遊樂設施畫面與環境教育園區當轉場)</p>		
<p>Os 3(30 秒) 環境教育園區體驗</p>	<p>▼(劍湖山遊樂園 準備走去環境教育園區)(對話以現場自然互動為主) (會依照現場體驗自然互動聊天) (男友)不行～需要休息一下！ (采葳)還是要去環保教育體驗區走走～ (男友)也可以呀！ ▼(環境教育園區)(對話以現場自然互動為主) (會依照現場體驗自然互動聊天) (采葳)這裡真的超讚耶～不只環境教育資源很豐富，還能透過生態保護跟資源循環的展示，輕鬆認識到永續有多重要！ (男友)環境永續真的可以很輕鬆呢！</p>	<p>*上字 劍湖山環境教育園區 畫面：環境教育園區體驗區+前往咖啡廳的路上</p>

分段重點	內容	畫面描述&備註
	(采葳)而且園區有提供循環杯租借服務~一起去喝杯咖啡吧!	
Os 4(30 秒) 咖啡廳循環杯租借體驗	<p>▼(咖啡廳)(對話以現場自然互動為主)</p> <p>(兩人坐著一起聽音樂+使用循環杯喝咖啡，輕鬆互動)</p> <p>(采葳)這裡還有循環杯租借服務，流程超簡單，手機註冊、借用、歸還，經過專業清洗，衛生又環保!</p> <p>(采葳)你給今天約會打幾分~</p> <p>(男友)100分~有重回學生時期的感覺!</p> <p>(采葳)而且我們選了環保旅店，又體驗環境教育，邊玩邊守護地球~超棒的!歡迎大家一起來體驗這種~綠色旅遊新生活! √</p>	<p>*上字 咖啡廳</p> <p>*畫面：循環杯租借流程+兩人使用循環杯喝咖啡</p>
Os5 (30 秒) 環保行動呼籲+親身分享	<p>(采葳)</p> <p>「環保不是口號，是從生活一點一滴開始，選擇環保旅館、支持環境教育，我們一起守護地球。」</p> <p>「親身體驗後發現，環保用品一點都不麻煩，還讓旅行更有品質感、更加安心。」</p> <p>「邀請大家一起加入綠色旅遊新生活!」</p>	<p>*坐在飯店大廳(陽台)，輕鬆愜意</p>
轉場		
Ending 片尾畫面及 Logo(5 秒)	<p>淨零綠生活，從改變一杯飲料、一個旅程開始。生活更綠，雲林更有力!</p>	<p>*結尾</p>

	
<p>片頭畫面 (劍湖山遊樂園)</p>	<p>開場畫面 (劍湖山渡假大飯店)</p>
	
<p>銀級環保旅館 (減少一次性備品)</p>	<p>環境教育園區體驗 (劍湖山環境教育園區)</p>
	
<p>循環杯租借 (減少一次性餐具)</p>	<p>片尾畫面(響應 SDGs)</p>

圖 4-6-2-7、拍攝片段內容

2. 宣傳推廣與互動成果

影片同步發布於高采葳 Instagram Reels 及雲林縣環境保護局官方 Facebook 粉絲專頁頁面，將其符合抽獎資格之民眾進行遴選，隨機抽出 50 名，並將其抽獎結果製作相關圖文發布於雲林縣環境保護局粉絲專頁公開露出；另以觸擊人數除以(按讚+留言+分享數)得出互動率，結果顯示各平台皆高於平均值。

根據社群行銷產業一般標準，Facebook 貼文理想互動率約落在 1%至 2%間，而 Instagram 則因使用習慣不同，互動率普遍較高，小型帳號可達 11%，中大型帳號則平均為 3%至 6%，超過 3% 已屬不錯表現。社群媒體發布情形及互動率統計詳如表 4-6-2-4、圖 4-6-2-5。

3. 活動設計

搭配影片辦理抽獎，鼓勵民眾留言分享及互動，本次抽獎資格為：1.於活動貼文留言上傳「#自備餐具」、「#自備環保購物袋」、「#自備旅宿用品」等行動短片或照片、2.於活動貼文留言並標記「#自備旅宿用品與雲林縣環保局一起做環保」以及 3.公開分享活動貼文與影片至個人 FB 塗鴉牆，從符合資格者中抽出 50 名贈送宣導禮品。本次抽獎物品為「六件式旅行收納袋」，象徵響應綠生活理念與行動實踐。中獎名單同步於雲林縣環保局粉絲專頁公布。

表 4-6-2-5、高采葳社群媒體統計彙總表

發布平台	瀏覽人數	觸及人數	按讚數	留言	分享	互動率 (%)
高采葳Victoria IG reels	-	20,018	428	32	38	5.1
雲林縣環境保護局FB 粉絲專頁	61,000	47,783	405	100則	120	9.3
雲林縣環境保護局 IG reels	-	-	6	0則	0	-

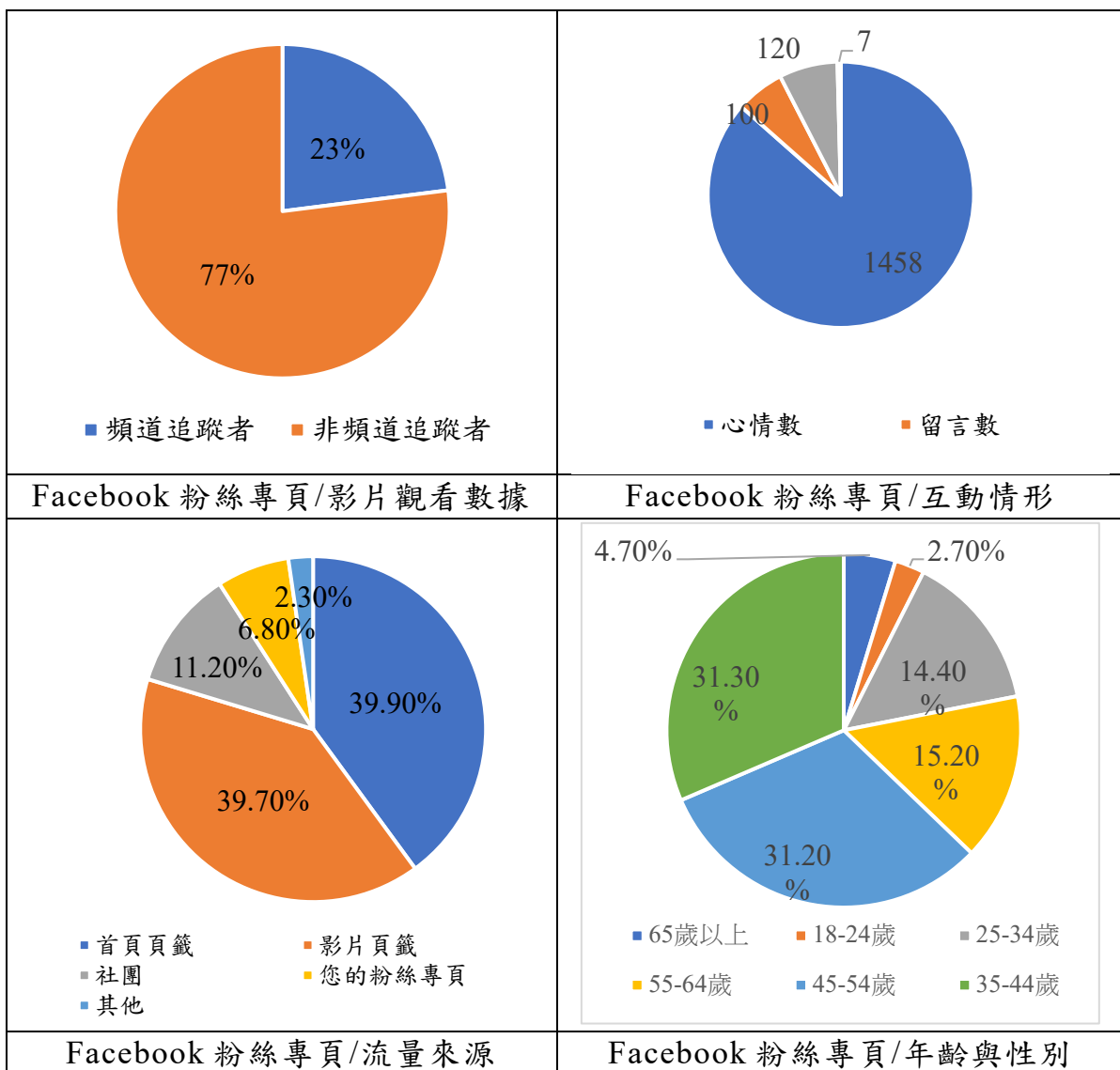


圖 4-6-2-8、高采葳粉絲專頁後台統計情形

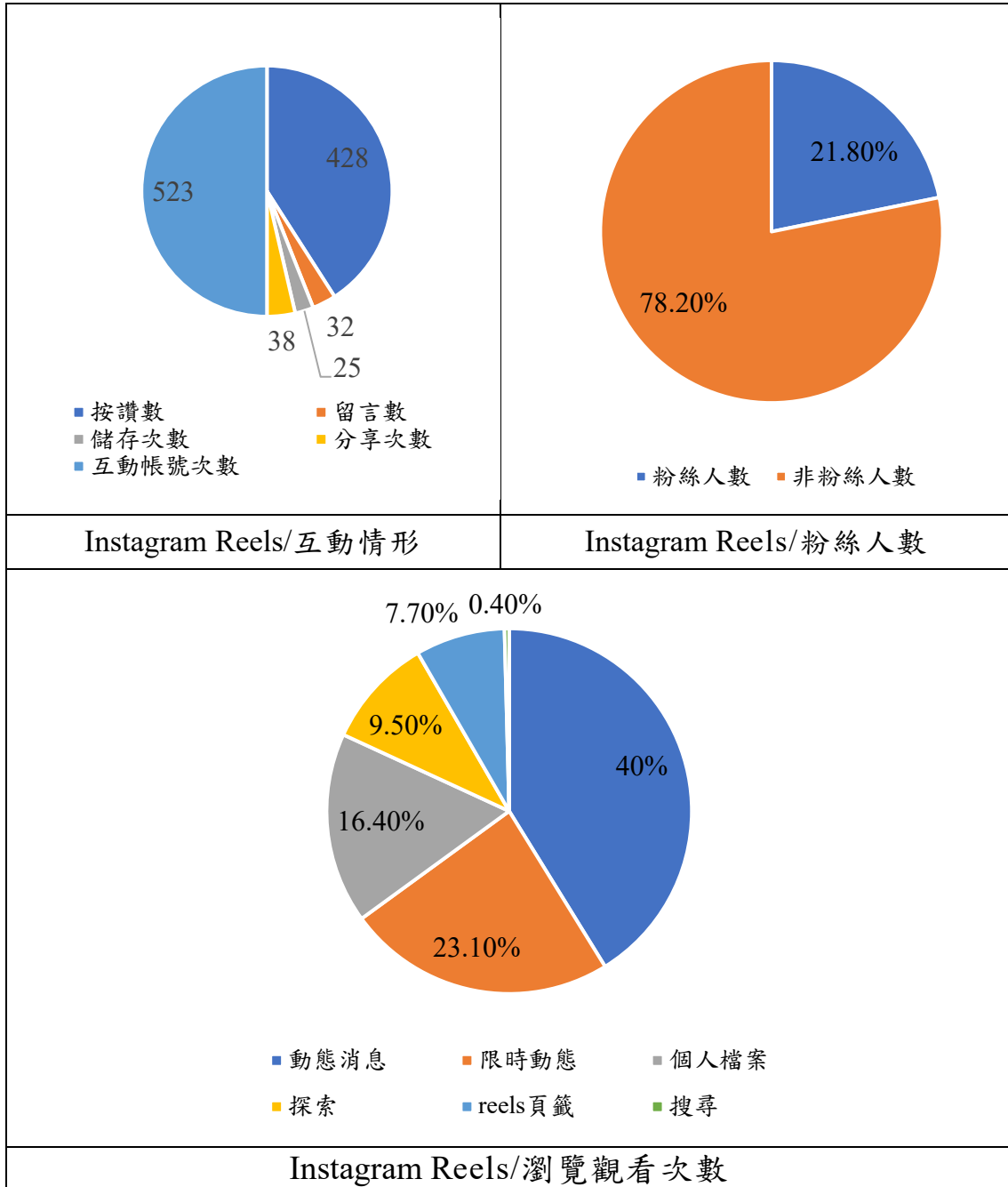


圖 4-6-2-9、高采蕨 Instagram 後臺數據統計情形

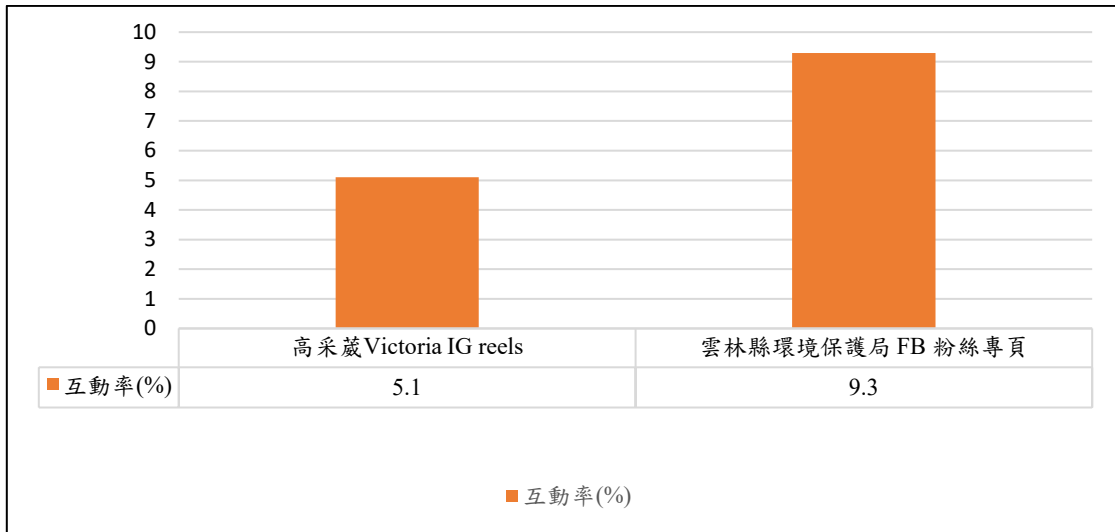


圖 4-6-2-10、局端與高采葳社群媒體互動率統計

<p>雲林縣環境保護局 10月29日下午9:24 · 🌐</p> <p>🏠【雲林環保旅館新亮點！✖️提供一次性備品 ✖️教育園區永續行動🌱🌱】 邀您跟著東霖主播高采葳，一起走進「雲林環保旅館」與「劍湖山環境教育園區」，深度探索減塑旅行的魅力🌱 從這..... 查看更多</p> <p>這間飯店被觀光局評鑑展</p> <p>雲林縣環境保護局和其他357人 · 102則留言 · 106次分享</p>	<p>yepb 劍湖山</p> <p>yepb 🏠【雲林環保旅館新亮點！✖️提供一次性備品 ✖️教育園區永續行動🌱🌱】 邀您跟著東霖主播高采葳，一起走進「雲林環保旅館」與「劍湖山環境教育園區」，深度探索減塑旅行的魅力🌱 從這第一性選即備品，別忘於當今生態與環境教育的園區，我們想您將這具環保與永續的綠色旅遊生活🌱</p> <ul style="list-style-type: none"> 📌【環保小挑戰】 📌 於活動10天內上傳「#自備餐具」、「#自備環保購物袋」、「#自備環保用品」等行動照片或影片，作為完成環保小挑戰的證明，展現您的環保行動成果🌱 📌 於活動10天內留言並標記「#自備環保用品與雲林環保旅館一起環保」 📌 公開分享活動貼文與影片至個人FB並標榜 <p>活動詳細文檔請門： https://www.facebook.com/share/v/17riJdHuaMc/</p> <ul style="list-style-type: none"> 📌【活動資訊】 📌 活動期間：即日起至114年11月3日(一)止 📌 中獎名單公布：114年11月6日(四) 於本局粉絲專頁公布 📌 獎品內容：六件式旅行收納袋，共50份 (正取50名) <p>10月30日</p>
<p>雲林縣環境保護局 FB 粉絲專頁</p>	<p>雲林縣環境保護局 IG Reels</p>

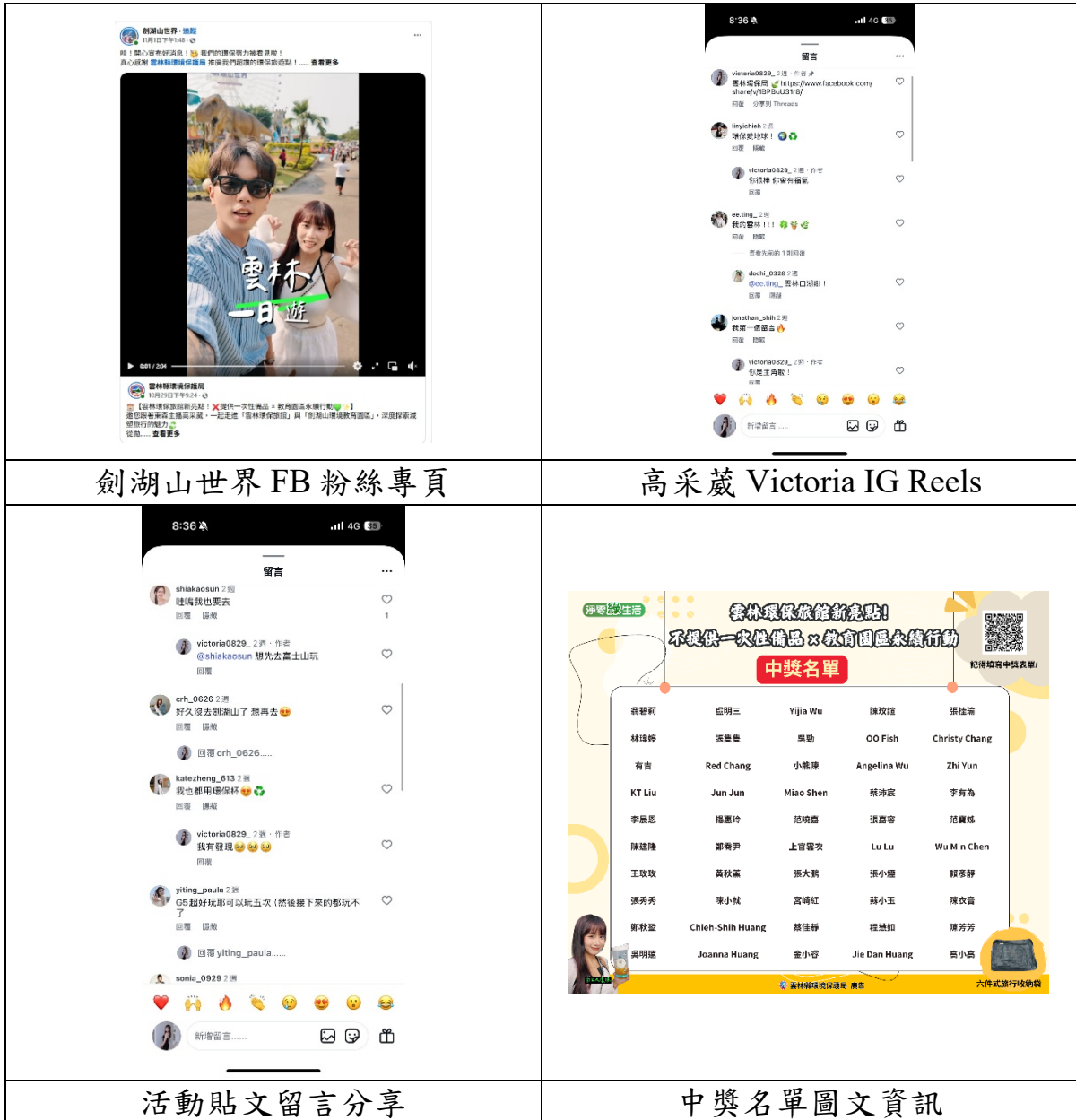


圖 4-6-2-11、社群媒體發布情形

七、整體成效與後續建議

綜整本計畫社群平台執行成效，透過網紅合作所產製之宣導內容，於 Facebook 平台之瀏覽人次、觸及人數及互動表現均有顯著提升，其中部分貼文之瀏覽人次表現，已達近三年同類型環保宣導貼文之最高紀錄，顯示本計畫於議題包裝及傳播策略上具體發揮成效。

進一步觀察內容型態，以貼近日常生活情境之主題(如親子

互動、飲食選擇及生活美學等)最能引發民眾共鳴，其瀏覽人次及互動反應表現相對突出，顯示透過生活化敘事方式，有助於降低環境議題理解門檻，提升政策訊息之傳播效率。

未來建議持續深化並拓展多元類型網路社群的合作，將合作對象延伸至親子教育、綠色飲食、生活美學、農村創生及原住民族文化等領域，以擴大受眾光譜；並搭配短影音、限時動態及實體活動串聯之互動機制，進一步提升瀏覽人次與參與層次，推動環境議題由被動接收轉化為主動行動，使「環保融入日常」成為具延續性的社會行為。

4-6-3 重點政策行銷與網路媒體及輿情分析報告

隨著社群網路與數位媒體的普及，網路已成為民眾接收資訊與參與公共議題的重要管道。社群大數據所蘊含之資訊潛力與應用價值日益提升，透過輿情監控與數據分析，可有效掌握群眾對政策或事件之觀感與反應，並協助政府部門即時調整溝通策略與施政方向。

本計畫透過社群輿情觀測系統(資料來源：OPVIEW)，進行社群平台言論追蹤、來源分布及互動情形之分析，建構具體且完整之網路觀測機制，以提升議題掌握度與整體溝通效率，並促進正向政策傳播效益。

在分析架構上，首先聚焦於重點政策行銷層面，針對特定政策、活動或宣導方案之聲量表現與情緒走向進行觀察，掌握民眾關注焦點與討論趨勢；其次，彙整各主要社群平台之貼文來源分布與互動數據，作為政策宣導擴散成效之量化依據；最後，透過社群輿情語意分析，解析留言內容與討論熱點，掌握潛在輿情風險與輿論脈動，作為後續風險預警與溝通策略規劃之參考。

一、Facebook 主題版頭設計策略

為強化社群識別度與政策傳播的一致性，本計畫亦同步設計 Facebook 主題版頭，依據每月重點議題、節日或活動主軸製作對應視覺，提升網路宣傳的吸睛度與政策辨識性。並協助環保局製作相關宣導影片及貼文內容，搭配圖文影音整合操作，深化政策內涵之傳遞，提升議題參與度與民眾互動意願。透過穩定且具延展性的視覺主題與內容規劃，營造整體社群經營印象，進一步強化政策理念的傳達與民眾關注度。截至 115 年 1 月 10 日止，已完成 3 月至 115 年 1 月共 11 張版頭設計，主題涵蓋地球日、空氣品質改善、清潔日等重點議題，如表 4-6-3-1~2、圖 4-6-3-2 所示。

表 4-6-3-1、年度社群平台視覺主題

月份	主題	封面圖
114年3月	智慧城市展	 A banner for the 2025 Smart City Summit & Expo. It features a stylized cityscape with a prominent tower. Text includes '2025 智慧城市展', 'Smart city Summit & Expo', '3.18 - 3.21', and '台北南港展覽館2館'. Below, it mentions '雲林縣獲獎主題' and the theme '智慧決策精準管理-環境資訊整合與模擬' (Making and Precision Management-Integration of Environmental Information and Simulation).
114年4月	世界地球日	 A colorful banner for World Earth Day. It features a central globe with the text '淨零接力 雲林更有力' (Net Zero Relay, Yunlin is stronger). The date '2025 世界地球日' is also present. The background shows a green landscape with mountains and trees.
114年5月	國際無塑日	 A banner for International No Plastic Day. It features a superhero character holding a sword, standing next to a pink character labeled '塑' (plastic). The date '5月25日' and '國際無×塑日' are prominent. The background includes a tree and a sun.



月份	主題	封面圖
114年6月	世界海洋日	
114年7月	無塑生活月	
114年8月	世界蚊子日	
114年9月	世界清潔日	
114年10月	雲林全運會	
114年11月	世界無肉日	

月份	主題	封面圖
114年12月	世界野生動物保育日	
115年1月	2026新年度淨零綠生活	

二、多元媒體內容績效

(一) 多元媒體操作概況

多元媒體內容經統計，本年度協助各科室(含綜計科、空噪科、水保科、環衛科及行政科)推動數位行銷宣導，透過圖文貼文及影音內容等多元形式，強化政策訊息傳播效益；全年共完成圖文貼文 26 則、影音內容 16 則，合計 42 則，成功提升各項環保議題於社群平台之曝光量與觸及廣度，相關執行成果彙整如表 4-6-3-2 所示。

表 4-6-3-2、多元媒體宣傳內容操作清單(截至 115 年 1 月 10 日)

序	日期	科室	貼文主題	類型
1	2/27	空噪科	菸蒂不落地	圖文
2	3/8	綜計科	環保志工影片	影片
3	3/15	綜計科	智慧城市展	圖文
4	3/16	綜計科	環保志工影片	影片
5	3/17	空噪科	機車汰舊補助	圖文
6	3/18	綜計科	智慧城市展	圖文
7	3/19	綜計科	智慧城市展影片	影片
8	3/21	綜計科	智慧城市展影片	影片



序	日期	科室	貼文主題	類型
9	3/22	綜計科	智慧城市展	圖文
10	3/28	空噪科	機車定檢 & 簡訊登錄	影片
11	4/14	綜計科	交流會活動成果	圖文
12	4/23	綜計科	雲林環境季	圖文
13	5/9	行政科	鑽石級綠建築典範	影片
14	5/11	綜計科	母親節溫馨傳愛	圖文
15	5/17	空噪科	空氣清新人民 FUN 心-活動剪影	影片
16	6/5	綜計科	世界環境日	圖文
17	6/5	綜計科	西遊台灣影片	影片
18	7/11	綜計科	Joyce 綠生活影片	影片
19	7/21	綜計科	一日綠生活任務-得獎名單公告	圖文
20	7/24	綜計科	汽車定檢影片	影片
21	8/1	綜計科	汽車定檢影片-得獎名單公告	圖文
22	8/19	水保科	畜牧糞尿資源化	圖文
23	8/28	水保科	畜牧業者申請倒數 120 天	圖文
24	9/12	綜計科	世界清潔日就是要行動！	圖文
25	9/20	綜計科	潔淨雲林 清秋共行活動就在這個 禮拜天	圖文
26	9/21	綜計科	潔淨雲林 清秋共行 圓滿成功	圖文
27	9/24	環衛科	派洗街霧砲消毒車前往花蓮協助	圖文
28	10/5	綜計科	「雲林縣環境知識競賽」活動圓滿 成功！	影片
29	10/29	綜計科	雲林環保旅館新亮點！ × 提供一次 性備品×教育園區永續行動🌱🌟	影片
30	10/31	綜計科	旅宿業環保標章×環保餐廳轉型綠 食飯桌	圖文
31	11/6	綜計科	雲林環保旅館新亮點！ × 提供一次 性備品×教育園區永續行動】活動 得獎名單公告🌱	圖文

序	日期	科室	貼文主題	類型
32	11/9	綜計科	海 young 三條崙 環保局免廢市集玩具童樂派對 歡迎來挑玩具~	影片
33	11/16	綜計科	免廢市集 × 舊衣時尚派對	影片
34	11/24	綜計科	雲林縣清溝大作戰 成果記者會	圖文
35	11/27	環衛科	雲林清溝成果影片	影片
36	12/4	水保科	雲林縣河川水質篇《阿土的水流修煉》-上	影片
37	12/5	綜計科	幸福循環·綠色聖誕派對	圖文
38	12/12	綜計科	一起環保過幸福循環·綠色聖誕派對	圖文
39	12/19	綜計科	幸福循環·綠色聖誕派對🌲就在明天啦	圖文
40	12/22	綜計科	幸福循環·綠色聖誕派對圓滿落幕	圖文
41	12/23	水保科	雲林縣海洋守護篇《阿土的藍色行動》-下	影片
42	12/29	水保科	得獎名單公告	圖文

<p>菸蒂不落地</p>	<p>環保志工影片</p>





智慧城市展 2025
3.18 - 3.21 五
雲林縣政府主辦



2025 智慧城市展 | 雲林縣智慧環保大揭密！
第二天精彩直擊！



2025 智慧城市展 | 雲林縣智慧環保大揭密！
第二天精彩直擊！

雲林縣環境保護局的影片



2025 智慧城市展 最後一天！ 現場超熱鬧，你來過了嗎？

5天前 · 865次觀看



2025 智慧城市展 | 雲林縣智慧環保大揭密！ 第二天精彩直擊！

1 週前 · 2,264次觀看

智慧城市展

車種類別	舊車汰換		二手車汰換		新車補助		補助金額	
	最高補助	最高補助	最高補助	最高補助	最高補助	最高補助		
一般民衆	1,000	4,000	1,000	10,000	5,000	1,500	25,000	
中低收入	-	-	-	-	-	-		
環境車	300	-	-	4,300	-	-	-	
電動車	-	-	-	7,000	8,300	7,000	8,100	-
學生每次	-	-	-	-	-	-	30,000	-

淨零接力 雲林更有力

2025 雲林環境季活動

四月活動

- 4/25 (五) 免廚市集
主題：文具·二手書
- 4/27 (日) 農stay抵雲林-梅子體驗

五月活動

- 5/4 (日) 農stay抵雲林-梅子酒釀體驗
- 5/6 (二) 惜食惜力課程 & 惜食工作坊
- 5/18 (日) 農stay抵雲林-梅子花籃 & 粉麵體驗
- 5/24 (六) 免廚市集-舊物新潮流
- 5/25 (日) 環境教育輕旅行

六月活動

- 6/8 (日) 農stay抵雲林-台灣野生螢五體驗
- 6/22 (日) 農stay抵雲林-蜂蠟燭體驗
- 6/28 (六) 環境教育輕旅行
- 免廚市集

機車汰舊補助

雲林環境季



鑽石級綠建築典範



母親節溫馨傳愛



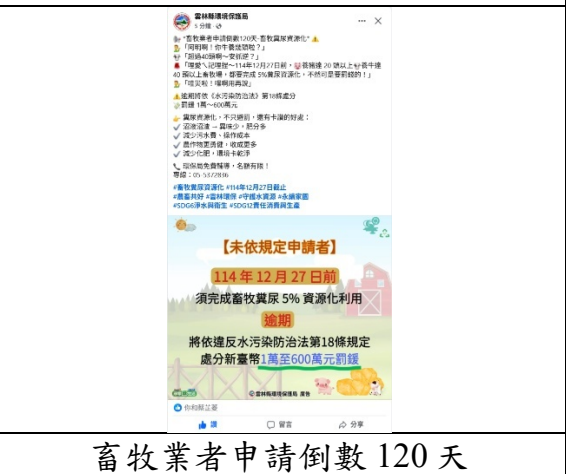
空氣清新人民FUN心-活動剪影



世界環境日



畜牧糞尿資源化



畜牧業者申請倒數 120 天



世界清潔日



派洗街霧砲消毒車前往花蓮協助



「雲林縣環境知識競賽」活動圓滿成功！



雲林環保旅館新亮點！~~X~~提供一次性備品×教育園區永續行動



旅宿業環保標章×環保餐廳轉型綠食飯桌



雲林環保旅館新亮點！~~X~~提供一次性備品×教育園區永續行動

	
<p>免廢市集 × 舊衣時尚派對</p>	<p>海 young 三條崙 環保局免廢市集玩具童樂派對</p>
	
<p>雲林縣清溝大作戰 成果記者會</p>	<p>雲林清溝成果影片</p>

圖 4-6-3-1、114 年 2 月至 115 年 1 月 10 日協助環保局臉書貼文情形

(二) 近三年影片宣導成效比較分析

綜整近三年本局政策宣導影片表現，112 年度影片多為配合中央或跨機關宣導之轉發影片，主題包含防詐騙等非環保政策相關內容，原創環保政策影音比例相對較低，整體觀看表現以單支數千人次為主。113 年度開始逐步提高原創政策影音比例，影片主題聚焦環保政策說明與宣導。至 114 年度，隨短影音形式強化及社群平台擴散策略調整，政策宣導影片整體觀看成效明顯提升，單支影片最高觀看次數達 6.1 萬人次，顯示影音內容於政策宣導之吸引力與擴散效果均較過往年度顯著成長。

就年度整體表現觀察，112年共發布39支影片，總觀看數為41,982人次；113年發布15支影片，總觀看數為34,330人次；114年發布33支影片，總觀看數大幅提升至199,637人次。相關成果顯示，114年在提升原創環保政策影音比例及調整推播策略後，政策影音之整體觸及效益已有明顯突破。近三年度表現較佳之影片彙整如表4-6-3-3所示。

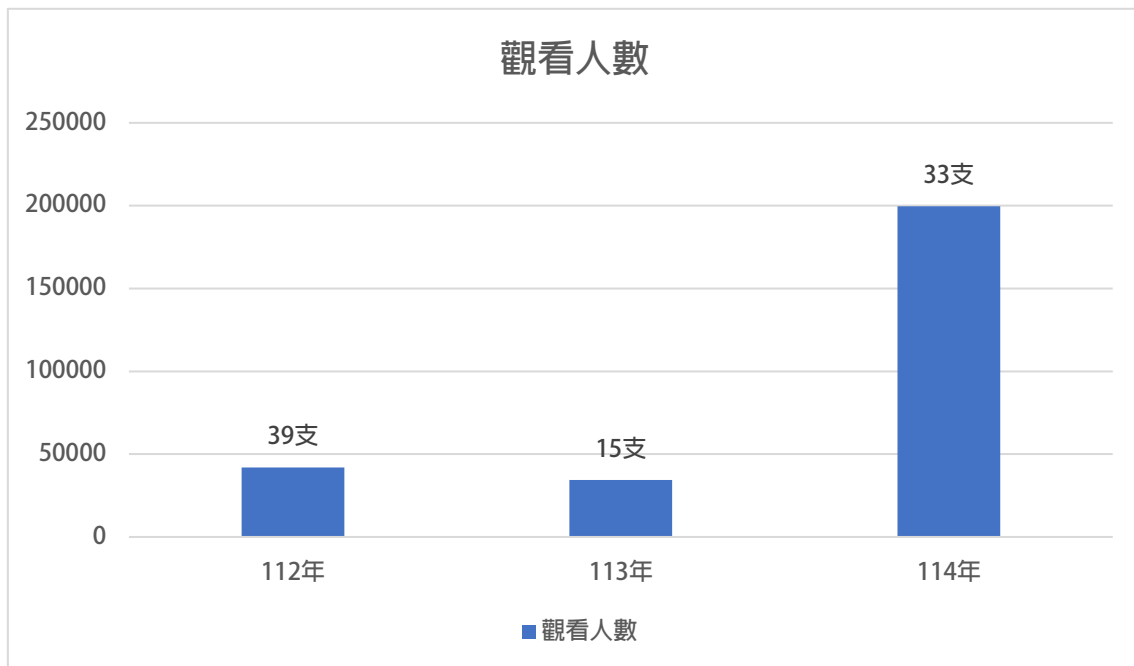


圖 4-6-3-2、近三年環保局臉書影片觀看人數統計



表 4-6-3-3、粉絲專頁近三年政策宣導影片觀看人數排名

排名	影片標題	年度	按讚人數	觀看人數	網址	宣傳效益
1	雲林環保旅館新亮點！	114年	405	6.1萬	https://reurl.cc/QVx8x9	循環杯 114 年租借量較 113 年增長 1 倍
2	汽車排氣定檢好 easy	114年	435	2.2萬	https://reurl.cc/7bm6Wb	定檢率 92.72% (全國排名 4)
3	媽祖翻譯官 Joyce 帶你挑戰綠生活	114年	418	1.8萬	https://reurl.cc/YkpZpx	MOOVO 突破 11 萬人次
4	綠動未來—環保志工線上樂活健走	114年	198	1.3萬	https://reurl.cc/9bagA8	-
5	機車定檢通知全面 E 化	114年	101	1.3萬	https://reurl.cc/9bagY8	機車定檢率 114 年 80.92%↑增加 1.15%
6	雲林縣海洋守護篇《阿土的藍色行動》-下	114年	719	1萬	https://reurl.cc/1kqrVp	2025 年海廢量較 2020 年同期大幅減少

三、網路媒體觀測與紀錄

以下針對 114 年 2 月至 115 年 1 月 10 日之觀測資料進行系統化分析，彙整網路輿論動態與熱門議題，以提供政策溝通與行銷策略之參考依據。

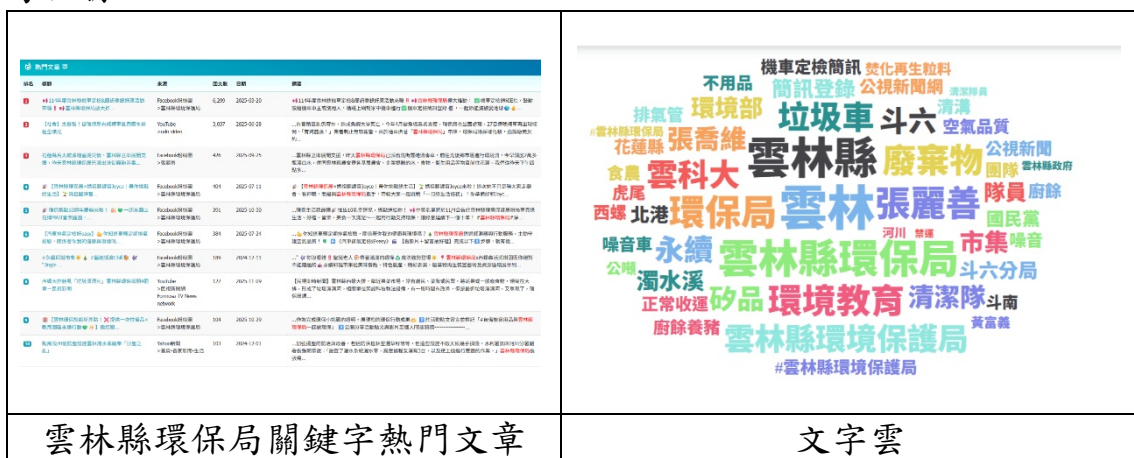


圖 4-6-3-3、雲林縣環保局關鍵字搜尋之媒體來源記錄

四、整體輿情情緒趨勢比較

本計畫針對 114 年 2 月至 12 月進行完整年度輿情監測。數據顯示，全年度環境議題討論之情緒極性(P/N 比)始終維持在正向區間。

表 4-6-3-4、114 年 2 月至 12 月整體輿情情緒趨勢比較

月份	正面占比	中立占比	負面占比	高峰時間點
2 月	70%	22%	8%	2/26(焚化爐收運調整討論)
3 月	81.5%	15.5%	3%	3/18(獲獎新聞)
4 月	60%	30%	10%	4/3(空氣維護政策新聞)
5 月	45%	32%	23%	5/7(清潔隊員新聞)
6 月	5%	55%	40%	6/14(廢水槽車誤解事件)
7 月	68%	27%	5%	7/18(Joyce 合作綠生活)
8 月	20.9%	51.2%	27.9%	8/11(不用品循環館啟用)
9 月	24.3%	73.5%	2.2%	9/21(世界清潔日)、 9/24(洗街霧砲消毒車前往花蓮協助)
10 月	15.8%	65.9%	18.3%	10/24(環境教育入校推廣、秋季活動露出)
11 月	22.0%	49.6%	28.4%	11/24(政策影片首映記者會)
12 月	13.8%	65.5%	20.7%	12/20(綠色聖誕派對)

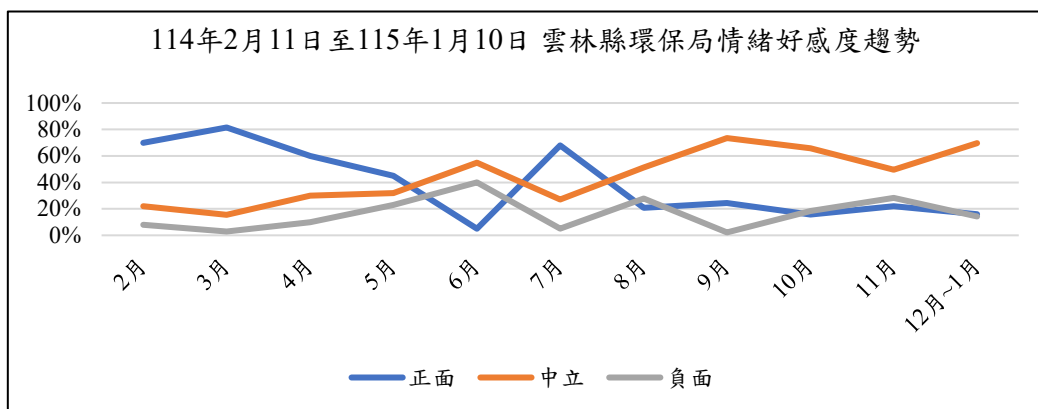


圖 4-6-3-4、114 年 2 月 11 日至 115 年 1 月 10 日雲林縣環保局情緒好感度趨勢

從上表可觀察到以下趨勢：

1. 3月正面情緒高峰原因分析

3月正面情緒占比達81.5%，主要受惠於獲獎相關新聞露出。該類新聞具備「成果肯定」與「形象加分」特性，容易引發民眾正向回饋與媒體轉載，且議題爭議性低，有效帶動整體聲量與情緒表現，形成年度最明顯之正向高峰。

2. 6月負面情緒低谷原因分析

6月負面情緒占比升至40%，主要源於6/14廢水槽車誤解事件。該事件屬突發性議題，初期資訊解讀不一，易引發民眾疑慮與情緒反應，導致負面聲量短期集中，進而拉低當月整體情緒表現。惟相關聲量多屬事件導向，並未形成長期延燒趨勢。

3. 8月及10-12月情緒結構變化原因分析

8月討論重點集中於垃圾收運、分類及基層環境服務等生活型議題，顯示相關政策已進入實際執行階段，民眾回饋隨執行細節而產生差異，屬政策深化期之正常現象。10至12月輿情以活動資訊與政策說明為主，整體以中立討論居多；其中10月對政策執行細節之意見較多，反映政策進入檢視與調整階段，整體輿情仍屬穩定可控。

五、關鍵詞與議題變化趨勢

回顧114年2至115年1月的輿情趨勢，雲林縣環保局的議題關注呈現階段性轉變：

- 2-3月以政策宣導與環境教育為主，關鍵詞包含分類、回收、定檢，情緒偏向正面。
- 4月起轉向空污防制與淨零綠生活，逐步結合地方實踐案例。

- 5-6 月聲量與情緒兩極，分別因清潔隊員事件與廢水槽車爭議引發負評，焦點集中在執行面與制度信任。
- 7 月則透過 KOL 合作與活動操作，重新聚焦永續與綠生活，提升討論熱度。
- 8 月主打不用品循環館揭牌，關鍵詞如「全循環」、「零廢棄」等反映正面關注。
- 9 月結合萬人淨灘、花蓮賑災與六輕議題，展現公共參與與批判並存的多元聲量。
- 10 月延續環境教育推廣，搭配秋季校園活動與政策成果暖身露出，整體聲量維持穩定；惟隨政策討論度提升，部分議題開始出現回饋型與感受型負面討論，使負面聲量略高於正面，惟未形成集中性事件。
- 11 月以政策影片首映與年度宣導成果露出為主軸，相關討論聚焦於政策執行與成效檢視，負面聲量持續反映民眾對實際生活環境的關注與期待，整體輿情呈現「討論深化、情緒分布分散」之特性。
- 12 月壓軸辦理綠色聖誕派對並集中揭露多項年度成果，聲量明顯提升；在宣導與成果資訊密集露出的情況下，負面聲量仍略高於正面，惟中立聲量占比穩定，整體討論未出現情緒性擴散，展現年度政策溝通之穩定收尾。

整體來看，議題走向逐步從政策推廣轉向生活實踐與社會參與，建議持續掌握情緒變化，強化正面敘事以穩定輿情發展。

表 4-6-3-5、關鍵詞與議題變化趨勢

月份	熱門詞彙	主軸議題
2月	焚化爐、資源回收、禁塑、分類升級、雲科大	回收執行層面、政策實施初期民眾反應
3月	環境教育、雲科大、機車定檢、垃圾分類、禁運、矽品	教育深化、政策實務落地、產學合作成果
4月	PM _{2.5} 、空污改善、空氣淨化區、政策影片、低碳	政策宣導主軸推進、生活化減碳行動
5月	清潔隊、廚餘、執法爭議、惜食料理、政策	基層衝突曝光、危機處理與政策溝通
6月	廢水槽車、誤導、環保標語、混淆誤解、	誤解風波延燒、標示管理與認知溝通議題
7月	Joyce、綠生活、KOL 合作、生活實踐、永續轉型	民眾參與深化、友善行動擴散、議題生活化
8月	分類、垃圾、雜誌報導、教育、政策落實	學期初教育宣導延續、媒體曝光串聯政策主軸
9月	清潔日、分類、環境行動、民眾參與、打卡分享	大型活動帶動社群參與、環境行動實踐熱度上升
10月	環教入校、成果預告、志工行動、減塑實踐、校園倡議	成果展暖場、教育行動延伸、志工能量匯聚
11月	政策影片、首映、減碳行動家、清潔車隊、媒體發布	宣導成果集中露出、媒體協力擴大觸及
12月	綠色聖誕、森活武樹、聖誕裝置、快閃活動	活動收尾、節慶結合環保、創意行銷永續議題

六、熱門貼文排行榜

彙整 114 年 2 月 11 日至 115 年 1 月 10 日期間，雲林縣環保局於各主要社群平台發布之貼文互動表現，依據貼文觸及人數、按讚、留言及分享等互動指標進行排序，篩選出整體互動表現較佳之熱門貼文。透過熱門貼文排行榜之整理，可觀察民眾關

注議題類型與內容呈現形式，作為後續政策行銷內容規劃與宣傳策略調整之參考依據。

表 4-6-3-6、114 年度熱門貼文 TOP10

排名	標題	日期	來源平台	回文數	摘要說明
1	114 年度雲林縣機車定檢&簡訊登錄好康活動來囉!! 雲林縣環保局擴大推...	3/20	Facebook 粉絲團 >雲林縣環境保護局	4,164	推出定檢與簡訊活動，民眾參與熱烈，形成高互動熱潮
2	【社會】太囂張！掛環保局布條槽車亂倒廢水過程全曝光	6/28	YouTube>udn video	1,707	槽車違規影片曝光，引發執法與環境問題熱議
3	【海洋守護篇】 《阿土的藍色行動》-下	12/23	Facebook 粉絲團 >雲林縣環境保護局	677	鼓勵留言響應海洋保護，成功激發社群互動熱度
4	【雲林縣環保局×媽祖翻譯官 Joyce 帶你挑戰綠生活】	7/11	Facebook 粉絲團 >雲林縣環境保護局	404	與 Joyce 合作短片，以親民視角推廣綠生活
5	環保集點 10 週年慶典來啦！	10/30	Facebook 粉絲團 >雲林縣環境保護局	391	舉辦集點活動，鼓勵綠生活實踐與打卡抽獎
6	【汽車排氣定檢好 easy】	7/24	Facebook 粉絲團 >雲林縣環境保護局	384	圖文並茂介紹定檢流程，吸引分享與留言
7	西螺大排赫見「垃圾漂漂河」雲林縣環保局開 4 罰單	11/09	YouTube>民視新聞網	122	違規影片曝光，顯示地方執法力道與環保執行成果
8	北上領獎 again！雲林屢獲肯定 榮獲「2025 智慧城市創新應用獎」	3/18	Facebook 粉絲團 >謝淑亞	93	展現雲林環保治理與科技應用成效

排名	標題	日期	來源平台	回文數	摘要說明
9	雲林環保旅館新亮點！ × 提供一次性備品 × 教育園區永續行動	10/29	Facebook 粉絲團 >雲林縣環境保護局	92	宣導不主動提供備品，引導永續旅宿新文化
10	雲林出發馳援花蓮 今日再增派破碎機、清溝車前進花蓮	10/13	Facebook 粉絲團 >張麗善	89	結合賑災與地方行動，強化公共服務形象

七、潛在風險與建議方向

- (一) 從 2 月至 12 月的熱門貼文與網路聲量觀察可見，雲林縣環保局雖持續透過政策成果與活動操作，穩固整體形象，正面議題比例多數月份維持穩定，然潛在風險仍不容忽視。全年中，6 月廢水槽車事件、5 月清潔隊爭議為負面聲量高峰，顯示涉及制度執行與民怨的議題最易引發關注，且多來自在地社團、影音平台轉載，具高度擴散性。若未及時澄清或回應，恐影響政策公信力與民眾信任。
- (二) 從互動表現來看，具備圖像引導、生活情境或人物角色(如 Joyce 合作、空品活動紀錄)的貼文表現優於政策公告，顯示民眾對具象、生活化的內容接受度高。相對而言，缺乏情境鋪陳或用語較為制式的政策貼文則互動有限，反映在「分眾轉譯」方面仍有優化空間。
- (三) 年底 11~12 月整體聲量與互動回升，包含成果展、歲末感謝、圖卡彙整式貼文表現亮眼，代表階段性回顧與節慶氛圍有助於提升貼文情緒與參與度，建議納入年度操作節奏規劃。

八、建議策略

(一) 即時澄清與風向預警機制

對於違規、爭議事件(如廢水槽車、清潔人員爭議等)，宜建立圖文澄清+影音回應的快速處理模式，並搭配中性語氣降低情緒擴散，避免正面形象遭反轉。

(二) 建立分眾化溝通模板與語彙

依不同受眾(如青少年、家長、地方居民)設計專屬的視覺風格與訊息結構，結合生活化例子(如永續飲食、分類挑戰、低碳旅行等)，讓政策內容轉化為民眾可理解、可參與的語言。

(三) 提升內容視覺化與互動性

持續導入短影音、動態圖卡、人物視角與第一人稱敘事等元素，吸引目光並促進分享。同時延續表現佳內容(如 Joyce 系列、空污治理現場、淨零倡議等)形成社群口碑與累積。

(四) 建置跨科室議題應對資料庫

彙整常見敏感議題(回收成效、稽查執行、經費使用、罰則合理性等)之回應模板與 QA 語庫，建立主責單位與支援窗口，強化內部溝通與危機協作能力。



第五章 結論與建議

本年度計畫自 114 年 2 月 11 日起至 115 年 1 月 10 日止，執行期程共計 11 個月，已依契約規定如期完成各項宣導與推廣任務，整體成果涵蓋大型活動、新聞媒體露出、影音製作、社群合作、媒體交流等多元面向。主要執行成效如下：

- (一) 辦理雲林縣環保局季節性大型宣導活動計 3 場次，主題橫跨智慧應用、永續生活與全民淨零行動，參與人數累計逾千人。
- (二) 完成新聞媒體露出 21 則。
- (三) 辦理媒體交流會與記者會各 1 場，深化媒體對政策方向與推動成效之理解與支持。
- (四) 製作主題式政策宣導影片 2 場次，共計 4 支影片，獲得一定觀看成效。
- (五) 與網路社群媒體網紅合作影片 2 場次，總觸及與互動數創年度新高，有效擴大政策參與度與社群好感度。

整體而言，計畫推動過程不僅確實達成各項定量目標，更因應環境議題趨勢與民眾關注焦點，靈活調整宣傳策略，展現出實體活動與數位操作相輔相成之綜效。後續建議與各項分項執行情形，詳如下列說明。



一、辦理雲林縣環保局季節性大型宣導活動

(一) 結論

今年度已辦理完成3場季節性大型宣導活動，分別為：

1. 3月18日至21日於台北南港展覽館辦理之「2025智慧城市展」參展，期間共吸引862人次參與。活動結合AI智慧應用與淨零永續政策宣導，展出雲林在科技與環保結合上的實踐樣貌，亦有效提升雲林環保局形象與全國能見度。
2. 9月21日於虎尾央廣數位影音基地辦理之「世界清潔日×環境教育獎頒獎典禮」，吸引426人次參與。活動以「全民淨零行動」為主軸，結合表揚典禮與環境教育宣導，深化民眾對永續議題的參與及認同。
3. 12月20日於西螺森活武樹園區辦理「幸福循環·綠色聖誕派對」，吸引414人次參與。活動融合耶誕氛圍與資源循環理念，現場設置環保聖誕樹、民眾互動闖關、再生材料市集等展區，成功吸引親子及在地居民共襄盛舉，展現永續生活在地化的實踐可能。

(二) 建議

綜觀三場季節性活動辦理成果，整體參與熱度與政策議題契合度表現良好，惟在參與問卷回饋蒐集與後續延伸應用上，仍具進一步優化空間。建議未來活動規劃除持續提升年度主題之連貫性與辨識度，以強化系列感與民眾記憶點外，亦可同步將問卷回饋蒐集機制納入活動動線與互動設計中，透過更直覺化之引導方式，提高民眾填答問卷的意願與參與深度。

此外，社群操作除即時露出外，可加強前期預熱與後期延伸應用，結合圖卡、短影音或回顧貼文，引導民眾再

次參與互動與意見回饋，深化參與感與討論度。考量三場活動參與者以親子與青年族群為主，後續亦建議導入更明確之分齡導向設計，提供多元參與與回饋路徑，並建立標準化素材轉化機制，將實體參與經驗系統性轉化為數位內容，提升政策傳播效益與社群觸及能量。

二、辦理環保文宣設計及印製相關事宜

本年度依契約規定完成環保文宣品設計與印製，共製作桌曆600本及L型資料夾1,000份，總數達1,600份，超額達成原預定1,100份目標。文宣內容結合本局政策主軸，融入空污防制、資源循環、淨零綠生活等議題，並搭配具親和力的視覺設計與Q版人物圖像，提升民眾接受度與政策傳播效果。實體文宣除作為活動贈品與教育推廣工具外，亦具備延伸性與留存價值，有助於強化環保理念的日常滲透。

建議未來文宣品設計可持續聚焦於政策識別度高、生活應用性強的類型，如常用辦公文具、家庭環保用品等，並依據目標族群進行分眾設計，提升實用性與擴散效益。

三、辦理雲林縣環保局空氣污染防制或淨零永續等相關新聞媒體露出

(一) 結論

本年度共完成21則新聞與媒體露出，涵蓋圖文、影片、紙本刊登與數位專訪等多元形式，觸及平台包含聯合新聞網、中國時報、遠見雜誌、Facebook、YouTube等主流與社群媒體。整體議題聚焦於淨零生活、空污防制、資源化、政策執行與節能作為，其中以遠見專題報導「雲林領航科技環保×AI 永續守護家園」觸及最高(約7.3萬人次)，並創下3.11%的高互動率。影片類貼文亦有穩定表現，如「機車定檢E化」與「轉轉雲林」等分別達1.3萬及1.4萬觀看次數，顯示影音內容在政策傳播中具高度效益。紙本宣導方

面，結合農民曆與春節特刊等發行通路，擴大訊息觸及至傳統媒體使用族群，涵蓋族群完整且形式多元。

(二) 建議

當前新聞與媒體露出已涵蓋紙本、數位圖文、影片與專訪等多元形式，顯示雲林縣環保局在政策宣導上的佈局具備廣度。然而，從不同內容型態的成效觀察，影音與專訪類別明顯更具觸及與互動優勢，建議未來可持續強化影音內容的情境設計與故事張力，特別是導入人物視角與生活化場景，有助於提升政策的親近感與傳播力。同時，在圖文與紙本內容方面，則可透過簡明圖示、季節性時事搭配及實例引導，提高民眾的閱讀意願與政策記憶點。此外，媒體選擇上建議兼顧深度媒體與在地通路，既能塑造專業形象，也能深化地方連結，進一步擴大政策訊息的覆蓋範圍與接受度。

四、辦理空氣污染防制或淨零永續等環境議題相關記者會

(一) 結論

本計畫原規劃辦理記者會2場次，後依契約變更調整為1場次，並同步調整宣傳資源配置，加強媒體曝光作業。最終於114年11月24日辦理「清溝記者會」，透過現場成果說明與重點畫面呈現，對外說明相關環境治理作為。活動結束後，分享重點製作精華影片，作為社群平台後續宣導素材，延伸政策資訊之傳播應用。

(二) 建議

未來建議結合「智慧治理科技」現場演示或「實地參訪」，增加報導視覺豐富度，並於會後產出懶人包或短影音進行社群二次傳播，以數據導向的成果數據（如清溝數據、空品數據）強化政策說服力並擴大受眾觸及。



五、辦理空氣污染防治、淨零永續等環境議題媒體交流會

(一) 結論

已於 4 月 14 日辦理完成一場媒體交流會，主題為「雲林環境推動 你我共同行動」。此次活動透過座談形式促進縣內媒體與環保局政策對話，邀請雲科大謝祝欽老師及郭昭吟老師進行雙向分享。交流會成功建立信任基礎，媒體後續亦主動釋出多篇延伸報導。

(二) 建議

未來可考慮制度化媒體對話機制，每年固定辦理一場次，作為與媒體溝通政策重點與施政成果的重要平台，主題可依年度政策推動重點彈性調整。建議於會前提供專題懶人包、最新統計數據等資料，協助媒體掌握脈絡、精準報導。會議形式亦可搭配參訪式交流(如污染防治設施、淨零行動現場)，提升媒體對議題的實地理解與後續報導深度。

六、製作影音媒體進行主題式議題宣傳本局施政策略及成果

(一) 結論

本年度共完成 2 場次影音宣導作業，產出 4 支影片，主題涵蓋空氣品質治理、汽車排氣定檢、河川水質及海洋廢棄物等議題。其中，以空氣品質相關短影音成效最佳，《汽車排氣定檢好 EASY》觀看次數達 22,000 次，為本年度表現最亮眼之作品；《海洋守護篇》結合議題與互動機制，累積觀看 9,189 次，亦展現良好擴散效果。整體而言，融入生活情境與互動設計之影音內容，其宣導成效優於單向政策說明型影片。綜整各影片成效顯示，融入生活情境、行為引導與互動設計之影音內容，其整體觀看與擴散表現明顯優於單向政策說明型影片，亦進一步驗證影音媒介作為政策傳播工具，具備良好推動潛力與應用價值。

(二) 建議

未來影音製作可持續強化「生活情境化」與「互動機制」的結合，透過角色設定、任務挑戰、抽獎設計等元素，引導觀眾主動參與轉傳，提升影片在社群平台的觸及與擴散力。同時建議在影片操作上加強短影音布局，針對觀看習慣偏好 90 秒內內容的使用者，剪輯精華片段搭配吸睛標題與情境封面，有助吸引初次觸及者點擊與停留。另建議建立影片角色記憶點，例如持續以局長、志工、KOL 或虛擬角色作為敘事核心，培養觀眾熟悉感與期待感，逐步建立本局影音品牌辨識度。各主題影片亦可同步轉化為多格式素材(如限動、Reels、橫式長片等)，提升素材再利用效益與宣傳靈活性。

七、辦理網路社群媒體合作進行主題式議題宣傳

(一) 結論

今年度已完成 2 場次社群媒體合作。第一場次為與「狂人 JOJO—Joyce」合作推出《雲林綠生活一日挑戰》短片，影片融合宗教文化與永續行動，以輕鬆談諧的方式介紹淨零生活理念，片長約 3 分 18 秒，發布後於社群平台引起廣泛關注與正面互動，成功觸及年輕族群與一般民眾，達成政策教育與生活實踐的雙重目標。第二場次為《雲林無塑旅店新亮點！不提供一次性備品 × 教育園區永續行動》，由東森主播高采葳擔任主角，以溫暖自然的風格呈現清新日常，帶領觀眾走入雲林的環保行動。影片內容涵蓋自備環保水瓶、不提供一次性備品、租借循環杯、永續教育園區、在地食材運用等具體作為，強化政策可感性與觀眾情感連結。該影片發布後觀看次數達 6.2 萬人次，創下環保局



社群影片歷年最高瀏覽紀錄，展現極高的擴散力與社群共鳴度。

(二) 建議

後續影片建議持續朝「單集精緻」與「生活導向」路線發展，合作對象可優先考量追蹤人數達3萬以上、形象正面且具主題關聯性的中小型網紅，擴大內容共鳴與社群觸及力。影片主題宜聚焦單一政策重點(如節能減碳、空污治理、資源循環等)，並導入日常生活情境、地方實例或人物視角，提升政策的可感性與代入感。同時建議每則影片搭配短影音預告或懶人包圖卡，強化社群二次擴散效果，累積長期品牌記憶與政策支持度。