

文化部主管
媒體政策及業務宣導執行情形表
中華民國113年6月

單位：元

機關名稱	宣導項目、標題及內容	標案/契約名稱	媒體類型	宣導期程	執行單位	預算來源	預算科目	執行金額	受委託廠商名稱	預期效益	刊登或託播對象	備註
文化部	《文化平權巡演-庄頭劇場藝日限定》巡演活動	「2023年文化部表演藝術偏鄉巡演活動」藝文採購案	網路媒體、電視媒體、廣播媒體、平面媒體	112.07-113.02	藝術發展司	疫後強化經濟與社會韌性及全民共享經濟成果特別預算	擴大藝文消費及振興藝文產業	4,000,000	故事工場文創股份有限公司	宣傳《文化平權巡演-庄頭劇場藝日限定》巡演活動	1. 電視媒體：民視、東森、三立、華視、台視、民視 2. 廣播媒體：南投廣播FM99.7、大苗栗廣播FM98.3、中廣 3. 平面報紙：自由時報、聯合報、中國時報 4. 網路媒體-FaceBook、Instagram、LINE官方帳號-《文化平權巡演-庄頭劇場藝日限定》巡演活動粉絲專頁；GOOGLE聯播網、LINE LAP廣告投放	

文化部主管
媒體政策及業務宣導執行情形表
中華民國113年6月

單位：元

機關名稱	宣導項目、標題及內容	標案/契約名稱	媒體類型	宣導期程	執行單位	預算來源	預算科目	執行金額	受委託廠商名稱	預期效益	刊登或託播對象	備註
文化部	《文化平權巡演-庄頭劇場藝日限定》巡演活動	「2024年文化部文化平權巡演」藝文採購案	網路媒體、廣播媒體、平面媒體	113.03-113.12	藝術發展司	疫後強化經濟與社會韌性及全民共享經濟成果特別預算	擴大藝文消費及振興藝文產業	4,000,000	故事工場文創股份有限公司	宣傳《文化平權巡演-庄頭劇場藝日限定》巡演活動	1. 廣播媒體：中廣 2. 平面報紙：自由時報、聯合報、中國時報、金門日報 3. 網路媒體- FaceBook、Instagram、LINE官方帳號-《文化平權巡演-庄頭劇場藝日限定》巡演活動粉絲專頁；GOOGLE聯播網、LINE LAP廣告投放	
文化部	「全民文化ESG挹注文化成年禮金」	辦理「全民文化ESG挹注文化成年禮金」中華日報廣宣案	平面媒體	113.05.01	媒體公關組	總預算	綜合規劃業務	50,000	臺灣中華日報社股份有限公司	有助民眾知曉「全民文化ESG挹注文化成年禮金」政策議題推動及辦理情形	中華日報	
文化部	「全民文化ESG挹注文化成年禮金」	辦理「全民文化ESG挹注文化成年禮金」網路媒體廣宣案	網路媒體	113.05.09-113.05.22	媒體公關組	總預算	綜合規劃業務	145,000	國風傳媒有限公司	有助民眾知曉「全民文化ESG挹注文化成年禮金」政策議題推動及辦理情形	「風傳媒」網站	

文化部主管
媒體政策及業務宣導執行情形表
中華民國113年6月

單位：元

機關名稱	宣導項目、標題及內容	標案/契約名稱	媒體類型	宣導期程	執行單位	預算來源	預算科目	執行金額	受委託廠商名稱	預期效益	刊登或託播對象	備註
文化部	「拒買黃牛票共同抗黃牛」	辦理「拒買黃牛票共同抗黃牛」網路媒體廣宣案	網路媒體	113.04.26-113.05.25	媒體公關組	總預算	綜合規劃業務	50,000	自立多媒體股份有限公司	有助民眾知曉「檢舉黃牛」網站及辦理情形	「自立晚報」電子報	
文化部	《茶鄉茶香—從臺灣到蒙古西藏》特展	《茶鄉茶香—從臺灣到蒙古西藏》特展平面媒體宣傳推廣採購案	平面媒體	113.06.01-113.06.30	蒙藏文化中心	總預算	發揮蒙藏文化社教典藏功能	60,000	藝術家雜誌社 典藏雜誌社 華藝文化事業有限公司	提高展覽能見度及訊息露出，吸引藝文界及博物館觀眾至蒙藏文化館參觀	藝術家雜誌 典藏古美術 當代藝術新聞	
國立臺灣交響樂團	NTSO 水藍，霍內克與國臺交	A112040「團隊品牌形象暨音樂欣賞推廣規劃及執行（2023/24樂季）」	廣播媒體	113.04-113.05	國立臺灣交響樂團	總預算	交響樂團業務	30,000	好家庭廣播股份有限公司	推廣藝文欣賞	古典音樂台	
國立臺灣交響樂團	NTSO C大調的謳歌—霍內克與國臺交	A112040「團隊品牌形象暨音樂欣賞推廣規劃及執行（2023/24樂季）」	廣播媒體	113.04-113.05	國立臺灣交響樂團	總預算	交響樂團業務	30,000	好家庭廣播股份有限公司	推廣藝文欣賞	古典音樂台	

文化部主管
媒體政策及業務宣導執行情形表
中華民國113年6月

單位：元

機關名稱	宣導項目、標題及內容	標案/契約名稱	媒體類型	宣導期程	執行單位	預算來源	預算科目	執行金額	受委託廠商名稱	預期效益	刊登或託播對象	備註
國立臺灣交響樂團	NTSO 水藍，薇威克與國臺交	A112040 「團隊品牌形象暨音樂欣賞推廣規劃及執行（2023/24樂季）」	廣播媒體	113.04-113.05	國立臺灣交響樂團	總預算	交響樂團業務	30,000	好家庭廣播股份有限公司	推廣藝文欣賞	古典音樂台	
文化部文化資產局	原住民族重大歷史事件教案工作坊	原住民族重大歷史事件教學輔助短片製作計畫	網路媒體	113.02.11-113.02.21	原轉會專案小組	總預算	文化資產業務	30,000	好動動畫股份有限公司	活動報名宣傳，各場次皆達到預計參與人數	文資局臉書	
國立傳統藝術中心	臺灣作曲家李泰祥逝世十周年紀念活動	臺灣作曲家李泰祥逝世十周年紀念活動宣傳行銷勞務採購案	網路及廣播媒體	113.05.13-113.06.14	臺灣音樂館	總預算	傳統藝術中心業務	130,095	數碼藍圖行銷有限公司	透過文宣刊登、網路及電台宣傳，擴大活動能見度	Facebook及Youtube廣告、Opentix售票系統文宣刊登、Soundon動態廣告，以及愛樂電台	
國立臺灣美術館	「第19屆威尼斯建築雙年展－臺灣館」徵選案	「2024年度平面媒體（雜誌）刊登委託」勞務採購案	平面媒體	113.06.01-113.06.30	展覽組	總預算	美術館業務	14,000	典藏雜誌社	實體通路遍及全國	典藏今藝術雜誌no.381/P.37/雜誌廣告	
國立臺灣美術館	「第19屆威尼斯建築雙年展－臺灣館」徵選案雜誌廣告刊登事宜	「2024年度平面媒體（雜誌）刊登委託」勞務採購案	平面媒體	113.06.01-113.06.30	展覽組	總預算	美術館業務	14,000	藝術家雜誌社	實體通路遍及全國	當代藝術新聞雜誌no.233/P.10/雜誌廣告	

文化部主管
媒體政策及業務宣導執行情形表
中華民國113年6月

單位：元

機關名稱	宣導項目、標題及內容	標案/契約名稱	媒體類型	宣導期程	執行單位	預算來源	預算科目	執行金額	受委託廠商名稱	預期效益	刊登或託播對象	備註
國立臺灣美術館	「第19屆威尼斯建築雙年展－臺灣館」徵選案雜誌廣告刊登事宜	「2024年度平面媒體(雜誌)刊登委託」勞務採購案	平面媒體	113.06.01-113.06.30	展覽組	總預算	美術館業務	13,000	華藝文化事業有限公司	實體通路遍及全國	藝術家雜誌 no. 589/P. 4/雜誌廣告	
國立臺灣美術館	藝術史再建構的推手：美術館與重建臺灣藝術史論壇	「2024年度平面媒體(雜誌)刊登委託」勞務採購案	平面媒體	113.06.01-113.06.30	研究發展組	總預算	美術館業務	13,000	藝術家出版社	實體通路遍及全國	藝術家雜誌 no. 589/P. 3/雜誌廣告	
國立臺東生活美學館	「花東音樂深根及展演計畫-綻聲花東音樂人交流會-5/18-19花蓮巡演活動」	花東音樂深根及展演計畫-綻聲花東音樂人交流會-5/18-19花蓮巡演活動	平面媒體	113.05.15	研究發展組	總預算	臺東生活美學館業務	5,000	更生日報社股份有限公司	宣傳花東音樂深根及展演計畫-綻聲花東音樂人交流會-5/18-19花蓮巡演活動，增加參與人數	更生日報社股份有限公司	
國立臺東生活美學館	臺東生活美學館相關業務推廣資訊內容	臺東生活美學館相關業務推廣資訊內容	網路媒體	113.04.01-113.06.14	研究發展組	總預算	臺東生活美學館業務	13,000	台灣新聞雲報社	宣導臺東生活美學館相關業務推廣資訊內容，增加活動關注人次	台灣新聞雲報社	
國立臺灣文學館	臺灣&美國一起聽美語故事，學習運動家精神！	2024故事聯合國：每個國家都來說故事(案號:112-2-53)	網路媒體(含社群媒體)	113.04.17-113.04.23	展示組	總預算	文學博物館業務	0	三知餘文化有限公司	提升影片點閱率	FB	廠商回饋

文化部主管
媒體政策及業務宣導執行情形表
中華民國113年6月

單位：元

機關名稱	宣導項目、標題及內容	標案/契約名稱	媒體類型	宣導期程	執行單位	預算來源	預算科目	執行金額	受委託廠商名稱	預期效益	刊登或託播對象	備註
國立臺灣文學館	2024故事聯合國：阿根廷商務文化辦事處處長韋修索（Director Mr. Miguel Alfredo Velloso）推薦好書	2024故事聯合國：每個國家都來說故事（案號：112-2-53）	網路媒體（含社群媒體）	113.06.07-113.06.13	展示組	總預算	文學博物館業務	0	三知餘文化有限公司	提升影片點閱率	FB	廠商回饋
國立臺灣文學館	媽祖與李獻璋	113年展覽數位內容建置採購案	網路媒體（含社群媒體）	113.04.17-113.04.23	展示組	總預算	文學博物館業務	0	蹦世界數位創意股份有限公司	提升觸及率	FB	廠商回饋
國立臺灣文學館	2024文學實境解謎遊戲徵件	113年展覽數位內容建置採購案	網路媒體（含社群媒體）	113.04.27-113.05.03	展示組	總預算	文學博物館業務	0	蹦世界數位創意股份有限公司	提升觸及率	FB	廠商回饋
國立臺灣文學館	鹽糖展導覽包	113年展覽數位內容建置採購案	網路媒體（含社群媒體）	113.05.04-113.05.10	展示組	總預算	文學博物館業務	0	蹦世界數位創意股份有限公司	提升觸及率	FB	廠商回饋
國立臺灣美術館	目光之外—2024臺灣國際光影藝術節	2024臺灣國際光影藝術節藝文採購案	網路媒體	113.02.20-113.05.30	展覽組	前瞻基礎建設計畫第4期特別預算	推廣數位公益服務	60,000	擷果創整合有限公司	社群媒體遍及全國	Instagram社群媒體	

文化部主管
媒體政策及業務宣導執行情形表
中華民國113年6月

單位：元

機關名稱	宣導項目、標題及內容	標案/契約名稱	媒體類型	宣導期程	執行單位	預算來源	預算科目	執行金額	受委託廠商名稱	預期效益	刊登或託播對象	備註
國立臺灣美術館	目光之外—2024臺灣國際光影藝術節	2024臺灣國際光影藝術節藝文採購案	網路媒體	113.02.20-113.05.30	展覽組	前瞻基礎建設計畫第4期特別預算	推廣數位公益服務	20,000	擷果創整合有限公司	社群媒體遍及全國	草悟系社群媒體官網	
國立臺灣美術館	目光之外—2024臺灣國際光影藝術節	2024臺灣國際光影藝術節藝文採購案	網路媒體	113.03.16-113.05.30	展覽組	前瞻基礎建設計畫第4期特別預算	推廣數位公益服務	160,000	擷果創整合有限公司	社群媒體遍及全國	5位社群媒體KOL: Chris克利周 斑比 維珊 Sarah 林牙齒 Haven	
國立臺灣美術館	目光之外—2024臺灣國際光影藝術節	2024臺灣國際光影藝術節藝文採購案	網路媒體	113.03.16-113.05.30	展覽組	前瞻基礎建設計畫第4期特別預算	推廣數位公益服務	10,000	擷果創整合有限公司	社群媒體遍及全國	大眾新聞媒體、藝術設計類媒體、旅遊媒體類	
財團法人臺灣生活美學基金會	花創園區6-7月系列活動宣傳	113年花創園區廣告採購乙案-網路媒體《洪慈憶》	網路媒體	113.06.17-113.07.13	花創維運專案辦公室	財團法人預算	勞務成本	23,000	個人接案-洪慈憶	臉書廣告預計曝光數160,000 預計點擊1%，有助於推廣園區活動及粉絲專頁能見度	Meta	

文化部主管
媒體政策及業務宣導執行情形表
中華民國113年6月

單位：元

機關名稱	宣導項目、標題及內容	標案/契約名稱	媒體類型	宣導期程	執行單位	預算來源	預算科目	執行金額	受委託廠商名稱	預期效益	刊登或託播對象	備註
財團法人臺灣美術基金會	屏東展覽宣傳	113年度屏東展覽宣傳	平面媒體	113.05.30 出刊-永久	業務組	財團法人預算	勞務成本	18,000	典藏雜誌社	針對藝術創作者與工作者群眾推播，提升屏東展覽計畫曝光度與瀏覽率	今藝術	
財團法人臺灣美術基金會	屏東展覽宣傳	113年度屏東展覽宣傳	網路媒體	113.06.11- 113.06.10	業務組	財團法人預算	勞務成本	31,500	帝圖科技文化股份有限公司	針對藝術創作者與工作者群眾推播，提升屏東展覽計畫曝光度與瀏覽率	非池中藝術網	

填表說明：

1. 本表係依預算法第62條之1規範，凡編列預算於平面媒體、廣播媒體、網路媒體(含社群媒體)及電視媒體辦理政策及業務宣導為填表範圍。
2. 「機關名稱」應包含國營事業、基金、財團法人，所稱之財團法人，係指政府捐助基金50%以上成立之財團法人。
3. 「標案/契約名稱」請填列政府電子採購網之「標案名稱」，倘為小額採購、行政委託及補助案件等無須刊登政府電子採購網者，則以辦理媒體政策及業務宣導相關文件(如契約等)之案名填列。
4. 「宣導期程」請依委託製播宣導之涵蓋期程，並針對季內刊登(播出)時間或次數填列，如109.10.1-109.12.31(涵蓋期程)；109.10.1、109.12.1(播出時間)或2次
5. 「執行單位」係指各機關或國營事業之內部業務承辦單位。
6. 「預算來源」請查填總預算、○○特別預算、國營事業、非營業特種基金或財團法人預算。
7. 「預算科目」屬總預算、特別預算及政事型特種基金請填至業務(工作)計畫；業權型基金填至損益表(收支餘絀表)3級科目(XX成本或XX費用)；財團法人填至收支營運表3級科目(XX支出或XX費用)。
8. 機關如有公益或廠商回饋免費廣告等補充說明，請列入備註欄表達。