

國立傳統藝術中心110年10月辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

單位名稱	宣導項目、標題及內容	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
國立傳統藝術中心	宣傳臺灣戲曲中心「戲曲夢工場」、「承功-新秀舞台」、「駐團演訓-育成聯合展演」系列節目	平面媒體	110.10.01-110.10.31	劇藝發展組	公務預算	傳統藝術中心業務	79,000	聯經出版事業股份有限公司	開發文青族群成為戲曲新一代閱聽眾。	《聯合文學》雜誌	
國立傳統藝術中心	臺灣戲曲中心演出節目-戲曲夢工場	平面媒體	110.10.01-110.11.30	劇藝發展組	公務預算	傳統藝術中心業務	30,240	國家表演藝術中心國家兩廳院	每月發行量為10萬份，使藝文愛好者得知演出訊息、吸引購票。	國家表演藝術中心《OPENTIX藝文指南針》11月號/全頁廣告	
國立傳統藝術中心	臺灣戲曲中心演出節目及活動-3/12戲曲中心日常、3/19海賊之王-鄭芝龍傳奇、4/09戲曲夏令營、4/20夏日生活週、8/24新秀舞台、9/7第32屆傳藝金曲獎、10/8戲曲夢工場	網路媒體（兩廳院EDM）	110.03.12、03.19、04.09、04.20、.08.24、09.07、10.08	劇藝發展組	公務預算	傳統藝術中心業務	21,000	國家表演藝術中心國家兩廳院	每次發佈達2萬名藝文消費觀眾。可針對活動屬性，擇選特定活動節目訊息發佈目標族群，使藝文愛好者得知演出訊息、吸引購票。	國家表演藝術中心 OPENTIX 行銷整合廣告會員 EDM	
國立傳統藝術中心	宣傳臺灣戲曲中心「戲曲夢工場」系列節目	平面媒體	110.10.1-110.10.31	劇藝發展組	公務預算	傳統藝術中心業務	26,000	幼獅文化事業股份有限公司	宣傳節目與拓展觀眾，開發現代文青觀眾新市場。	《幼獅文藝》雜誌	
國立傳統藝術中心	宣傳《蓬瀛詠弄人間戲》音樂會	網路推介及社群經營	110.09.01-110.09.25	臺灣國樂團	公務預算	傳統藝術中心業務	80,000	宏得國際企業有限公司	讓更多民眾藉由此宣傳能了解並參與本團音樂會。	Facebook、Line	
國立傳統藝術中心	宣傳臺灣音樂館音樂百年特展	平面媒體	110.09.01一次	臺灣音樂館	公務預算	傳統藝術中心業務	27,200	黑劍電視節目製作股份有限公司	觸及PAR表演藝術雜誌觀眾，宣傳音樂會資訊。	《PAR表演藝術雜誌》	

國立傳統藝術中心110年10月辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

單位名稱	宣導項目、標題及內容	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
國立傳統藝術中心	宣傳臺灣音樂館《凝視著星盤的肚臍》音樂劇場	平面媒體	110.09.01一次	臺灣音樂館	公務預算	傳統藝術中心業務	27,200	黑劍電視節目製作股份有限公司	觸及PAR表演藝術雜誌觀眾，宣傳音樂會資訊。	《PAR表演藝術雜誌》	
國立傳統藝術中心	宣傳臺灣音樂館《凝視著星盤的肚臍》音樂劇場	網路媒體（四大平台DSP入口網站投放）	110.09.20-09.26	臺灣音樂館	公務預算	傳統藝術中心業務	10,405	黑劍電視節目製作股份有限公司	於各大入口網站加強曝光音樂會資訊。	宇匯知識科技	
國立傳統藝術中心	宣傳《聽見影像·看見史擷詠》系列「史擷詠配樂動畫電影賞析」《擁抱大白熊》、《聽見影像·看見史擷詠》系列「史擷詠的電影配樂藝術」專題講座	網路媒體（臉書貼文廣告）	110.08.19-08.21、08.19-8.22兩篇貼文	臺灣音樂館	公務預算	傳統藝術中心業務	15,402	黑劍電視節目製作股份有限公司	提升臉書貼文觸及率，增加音樂會宣傳貼文能見度。	Facebook	
國立傳統藝術中心	宣傳臺灣音樂館《凝視著星盤的肚臍》音樂劇場	網路媒體（臉書貼文廣告）	110.09.16-09.22	臺灣音樂館	公務預算	傳統藝術中心業務	10,402	黑劍電視節目製作股份有限公司	提升臉書貼文觸及率，增加音樂會宣傳貼文能見度。	Facebook	
國立傳統藝術中心	宣傳本中心臺灣音樂館《客韻新聲—撮把戲再現》音樂會	網路媒體（臉書貼文廣告）	110.09.17-09.23	臺灣音樂館	公務預算	傳統藝術中心業務	10,402	黑劍電視節目製作股份有限公司	提升臉書貼文觸及率，增加音樂會宣傳貼文能見度。	Facebook	
國立傳統藝術中心	宣傳臺灣音樂館《青葉—美好之地》音樂會	網路媒體（臉書貼文廣告）	110.09.19-09.25	臺灣音樂館	公務預算	傳統藝術中心業務	10,402	黑劍電視節目製作股份有限公司	提升臉書貼文觸及率，增加音樂會宣傳貼文能見度。	Facebook	
國立傳統藝術中心	宣傳臺灣音樂館《青葉—美好之地》音樂會	網路媒體（兩廳院EDM）	110.09.09	臺灣音樂館	公務預算	傳統藝術中心業務	8,000	黑劍電視節目製作股份有限公司	透過EDM發送將音樂會資訊提供給較關注藝文資訊的受眾。	國家表演藝術中心國家兩廳院	

國立傳統藝術中心110年10月辦理政策及業務宣導之執行情形表

單位：元

單位名稱	宣導項目、 標題及內容	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
國立傳統藝術中心	宣傳臺灣音樂館 《客韻薪聲—撮 把戲再現》音樂 會	網路媒體（兩廳 院EDM）	110.09.15 、 09.17	臺灣音樂館	公務預算	傳統藝術中心業 務	11,000	黑劍電視節目製 作股份有限公司	透過EDM發送 將音樂會資訊提 供給較關注藝文 資訊的受眾。	國家表演藝術中 心國家兩廳院	
國立傳統藝術中心	宣傳臺灣音樂館 《凝視著星盤的 肚臍》音樂劇場	網路媒體（兩廳 院EDM）	110.9.10	臺灣音樂館	公務預算	傳統藝術中心業 務	3,000	黑劍電視節目製 作股份有限公司	透過EDM發送 將音樂會資訊提 供給較關注藝文 資訊的受眾。	國家表演藝術中 心國家兩廳院	
國立傳統藝術中心	宣傳臺灣音樂館 《凝視著星盤的 肚臍》音樂劇場	網路媒體（ Opentix Banner）	110.09.12-09.18	臺灣音樂館	公務預算	傳統藝術中心業 務	5,000	黑劍電視節目製 作股份有限公司	於售票系統App 上加強曝光，提 升觀眾購票意 願。	國家表演藝術中 心國家兩廳院	
國立傳統藝術中心	宣傳臺灣音樂館 《凝視著星盤的 肚臍》音樂劇場	網路媒體（PAR 官網）	110.09.13-09.19	臺灣音樂館	公務預算	傳統藝術中心業 務	5,000	黑劍電視節目製 作股份有限公司	於藝文資訊相關 網站增加音樂會 資訊曝光。	《PAR表演藝術 雜誌》官網	
國立傳統藝術中心	宣傳臺灣音樂館 《客韻薪聲—撮 把戲再現》音樂 會	網路媒體（ Opentix Banner）	110.09.19-09.25	臺灣音樂館	公務預算	傳統藝術中心業 務	5,000	黑劍電視節目製 作股份有限公司	於售票系統App 上加強曝光，提 升觀眾購票意 願。	國家表演藝術中 心國家兩廳院	
國立傳統藝術中心	宣傳臺灣音樂館 《客韻薪聲—撮 把戲再現》音樂 會	網路媒體（PAR 官網）	110.09.20-09.26	臺灣音樂館	公務預算	傳統藝術中心業 務	5,000	黑劍電視節目製 作股份有限公司	於藝文資訊相關 網站增加音樂會 資訊曝光。	《PAR表演藝術 雜誌》官網	
國立傳統藝術中心	宣傳臺灣音樂館 《青葉—美好之 地》音樂會	網路媒體（ Opentix Banner）	110.09.26-10.02	臺灣音樂館	公務預算	傳統藝術中心業 務	5,000	黑劍電視節目製 作股份有限公司	於售票系統App 上加強曝光，提 升觀眾購票意 願。	國家表演藝術中 心國家兩廳院	
國立傳統藝術中心	宣傳臺灣音樂館 《青葉—美好之 地》音樂會	網路媒體（PAR 官網）	110.9.20-09.26	臺灣音樂館	公務預算	傳統藝術中心業 務	5,000	黑劍電視節目製 作股份有限公司	於藝文資訊相關 網站增加音樂會 資訊曝光。	《PAR表演藝術 雜誌》官網	
國立傳統藝術中心	宣傳臺灣音樂館 音樂百年特展	網路媒體（ Opentix Banner）	110.10.04-10.10	臺灣音樂館	公務預算	傳統藝術中心業 務	5,000	黑劍電視節目製 作股份有限公司	於售票系統App 上加強曝光，提 升觀眾購票意 願。	國家表演藝術中 心國家兩廳院	