文化部主管
媒體政策及業務宣導執行情形表
中華民國112年8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	文化部重要施政議題	辦理「文馨獎」、「518博物館日」網路媒體廣宣案	網路媒體	112.05.16-112.07.19	媒體公關組	公務預算	綜合規劃業務	100,000	先驅媒體社會企業股份有限公司	有助民眾知曉本部重大推動政策議題	新頭殼網站	
文化部	文化部重要施政議題	辦理文化部藝文暨資訊、議題網路媒體廣宣案	網路媒體	112.06.01-112.07.28	媒體公關組	公務預算	綜合規劃業務	100,000	王道旺台媒體股份有限公司	有助民眾知曉本部重大推動政策議題	CTWant網站	
文化部	黃牛防制	文創法黃牛防制廣播帶宣導	廣播媒體	112.06.05-112.07.04	影視及流行音樂發展司	公務預算	影視及流行音樂策劃與發展	149,000	新視紀整合行銷傳播股份有限公司	促進民眾對於藝文表演黃牛票券及法令規定之認識	HitFM聯播網（北、中、高屏、宜蘭、花東電台）	
文化部	黃牛防制	112年「黃牛防制圖文製作」藝文採購案	網路媒體	112.06.01-112.06.21	影視及流行音樂發展司	公務預算	影視及流行音樂策劃與發展	430,000	艾朵國際股份有限公司	觸及人次總計113萬9,161人次、互動次數總計8萬6,474人次	12位圖文作家FB、IG（Kurt Wu、盜哥Daubro、大頭兒Ms Big、菜朝、兔包、邪仔甩尿布、少女阿妙、小學課本的逆襲、A Ray、黃色書刊、星期一回收日、茶里）	12位圖文作家共刊登12則圖文內容

文化部主管
媒體政策及業務宣導執行情形表
中華民國112年8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	文化部校外文化體驗	文化部「校外文化體驗計畫」影片製作藝文採購案	網路媒體	112年9月至114年	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	209,300	現場再設計股份有限公司	引起參與學子對藝文場館的期待	1.各直轄市及縣市政府執行本計畫之遊覽車上播放影片。 2.本部、縣市政府、藝文場館之相關網頁或社群平台。	影片用途係於網路媒體播出，依行政院主計總處媒體政策及業務宣導表件及科目問答集，將影片製作經費納入，非購買廣告之費用
文化部	112年度「藝術銀行營運及推廣計畫」	112年度「藝術銀行營運及推廣計畫」	網路媒體	112.01.01-112.12.31	藝術發展司	公務預算	視覺及表演藝術之策劃與發展	98,650	財團法人臺灣美術基金會	針對藝術創作者與工作者群眾推播，提升藝術銀行計畫曝光度與瀏覽率	非池中藝術網、ARTouch.com藝術網、Goolge回應式廣告、藝術銀行FB貼文、FB貼文廣告、《典藏ARTouch.com》IG	
國家鐵道博物館籌備處	「關於臺灣鐵道軍運特展」主視覺、開展期間、地點等資訊	「臺灣鐵道貨物運輸特展規劃設計製作」	網路媒體	112.05.18-112.11.18	展覽教育及公共服務組	公務預算	國家鐵道博物館籌備業務	5,000	寅禾室內裝修有限公司	透過網路及社群媒體宣傳，增加來館參觀人次，藉以達到推廣效益	臉書	

文化部主管
媒體政策及業務宣導執行情形表
中華民國112年8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講座音樂會系列「你所不知道的貝多芬－七重奏及三重奏改編版」	「團隊品牌形塑暨音樂欣賞推廣規劃及執行（2022/23樂季）」	廣播媒體	112.07-112.07	國立臺灣交響樂團	公務預算	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	霧峰音樂節	「團隊品牌形塑暨音樂欣賞推廣規劃及執行（2023/24樂季）」	廣播媒體	112.06-112.08	國立臺灣交響樂團	公務預算	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	
國立傳統藝術中心	國光劇團（楊門女將）廣播電台廣告刊登	楊門女將廣播廣告製作刊登	廣播媒體	112.06.14-112.07.01	國光劇團	公務預算	傳統藝術中心業務	15,000	竹科廣播股份有限公司	播放總檔數100，增加該檔節目在新竹的宣傳效益	IC之音電台	原報價單50檔，廠商加值回饋至100檔
國立傳統藝術中心	宣傳本中心臺灣豫劇團112年度公演《鏢客》	鏢客演出刊登新北市藝遊月刊廣告費用	平面媒體	112.04.01-112.04.30	臺灣豫劇團	公務預算	傳統藝術中心業務	9,450	商訊文化事業股份有限公司	讓更多民眾藉由此宣傳能了解並參與中心各式活動	新北市藝遊月刊	
國立臺灣美術館	2023國際科技藝術大展：「你正在工作嗎？」	國際媒體e-flux線上傳播展覽訊息(小額採購)	網路媒體	112.08.01-112.11.05	展覽組	公務預算	美術館業務	60,402	E-Flux, Inc.	宣傳及推廣本展，以提升展覽曝光度，網路通路遍及全世界	e-flux官網內Announcement	

文化部主管
媒體政策及業務宣導執行情形表
中華民國112年8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	2023國際科技藝術大展：「你正在工作嗎？」	「2023年度平面媒體（雜誌）刊登委託」勞務採購案	平面媒體	112.08.01-112.08.30	展覽組	公務預算	美術館業務	13,000	藝術家雜誌社	宣傳及推廣本展，以提升展覽曝光度	藝術家雜誌579/封面裡/雜誌廣告	
國立臺灣美術館	2023國際科技藝術大展：「你正在工作嗎？」	「2023年度平面媒體（雜誌）刊登委託」勞務採購案	平面媒體	112.08.01-112.08.30	展覽組	公務預算	美術館業務	14,000	典藏雜誌社	宣傳及推廣本展，以提升展覽曝光度	典藏今藝術371/P.12/ 雜誌廣告	
國立臺灣美術館	藝術行路－黃才郎的繪畫探索	「2023年度平面媒體（雜誌）刊登委託」勞務採購案	平面媒體	112.08.01-112.08.31	展覽組	公務預算	美術館業務	14,000	典藏雜誌社	宣傳及推廣本展，以提升展覽曝光度	典藏今藝術371/P.13/ 雜誌廣告	
國立臺灣美術館	藝術行路－黃才郎的繪畫探索	「2023年度平面媒體（雜誌）刊登委託」勞務採購案	平面媒體	112.08.01-112.08.31	展覽組	公務預算	美術館業務	13,000	藝術家雜誌社	宣傳及推廣本展，以提升展覽曝光度	藝術家雜誌579/P.5/雜誌廣告	
國立臺灣美術館	藝術行路－黃才郎的繪畫探索	「2023年度平面媒體（雜誌）刊登委託」勞務採購案	平面媒體	112.08.01-112.08.31	展覽組	公務預算	美術館業務	14,000	華藝文化事業有限公司	宣傳及推廣本展，以提升展覽曝光度	當代藝術新聞223/P.14/ 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112年8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
國立彰化生活美學館	1.三代織女－文化部重要傳統工藝賽德克族傳統織布保存者張鳳英（Seta Bakan）作品展 2.草原斑馬聯展－新e世代的文化視野	藝文活動宣導（小額採購）	平面媒體	1.112.07.11 2.112.08.10	研究發展組	公務預算	彰化生活美學館業務	18,000	彰化時報社	發行於彰化地區，閱報族群年齡層約介於20－60歲，有助於將展覽訊息深化推廣至在地民眾	彰化時報	
國立彰化生活美學館	青少年藝術探索培力營	藝文活動宣導（小額採購）	平面媒體	112.07.29	研究發展組	公務預算	彰化生活美學館業務	18,000	青年日報彰化縣採訪中心	該報讀者族群多元，刊登於全國版，有助於加強推廣展覽訊息	青年日報	
國立彰化生活美學館	青少年母語藝術共創體驗營	藝文活動宣導（小額採購）	平面媒體	112.08.05	研究發展組	公務預算	彰化生活美學館業務	18,000	民眾傳播事業有限公司	該報為綜合性日報，讀者遍及全國，曾獲新聞局頒發「最佳淨化新聞媒體獎」，有助於加強推廣展覽資訊	民眾日報	
國立彰化生活美學館	文化體驗偏鄉推廣活動	藝文活動宣導（小額採購）	廣播媒體	112.07.13-112.07.31	研究發展組	公務預算	彰化生活美學館業務	20,000	南投廣播事業股份有限公司	該台聽眾以30歲－60歲社會人士為主，有助於將活動訊息深化推廣至南投在地民眾	南投廣播電台FM99.7	

文化部主管
媒體政策及業務宣導執行情形表
中華民國112年8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
國立彰化生活美學館	舌尖上的中臺灣－以歷史佐味的輕旅行	藝文活動宣導（小額採購）	廣播媒體	112.07.14-112.07.31	研究發展組	公務預算	彰化生活美學館業務	20,000	歡喜之聲廣播電台股份有限公司	為中部地區閩南語廣播電台，電台定位在健康、新聞與音樂之專業頻道，深得中部地區聽友迴響，有助於加強推廣活動資訊	歡喜之聲廣播電台FM105.5	
國立彰化生活美學館	1.舌尖上的中臺灣－以歷史佐味的輕旅行 2.【台語推廣活動】國家語言繪本走讀活動	藝文活動宣導（小額採購）	廣播媒體	112.07.15-112.08.20	研究發展組	公務預算	彰化生活美學館業務	20,000	關懷廣播股份有限公司	為彰化在地廣播電台，聽眾以在地居民為主，節目內容生活化，有助於將展覽訊息深化推廣至地方	關懷廣播電台FM91.1	
國立臺灣工藝研究發展中心	旅物SHOP	一般活動推廣宣傳	網路媒體	112.08.30-112.12.31	研究員辦公室	公務預算	工藝研究發展中心業務	45,000	譯嘉傳媒有限公司	透過媒體宣傳製造議題，廣度宣傳活動	大媒體新聞網	
國家人權博物館	「112人權素養教具箱校園推廣計畫」112學年度第1學期開放申請借用	「112人權素養教具箱校園推廣計畫」採購案	網路媒體	112.06.15-112.08.30	展示教育組	公務預算	博物館業務之推展	5,000	害喜影音綜藝有限公司	增加主題網站到訪人數、加強教具箱申請借用推廣	facebook	

文化部主管
媒體政策及業務宣導執行情形表
中華民國112年8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	戶外藝術裝置特展宣傳：「我在這裡成為一個被動的字。」	「2022戶外空間文學概念裝置計畫」	網路媒體	112.01.01-112.06.30	公服組	公務預算	文學博物館業務	130,000	都市藝術股份有限公司	貼文觸及率61,365次	Facebook	
國立臺灣文學館	臺灣文學禁書展	「112年國立臺灣文學館品牌行銷企劃及執行」採購案	網路媒體	112.06.21-112.07.20	公服組	公務預算	文學博物館業務	142,000	大日嘉全球有限公司	臉書點擊數15,000次、Google點擊數40,000次	Facebook、Google GDN	
財團法人臺灣生活美學基金會	花蓮文化創意產業園區「2023玩聚場藝術節PLUS——玩耍正對時」太魯閣之音電台廣播廣告、7/27 LIVE節目採訪	太魯閣之音電台廣播廣告與現場採訪，宣傳「2023玩聚場藝術節PLUS——玩耍正對時」展演活動	廣播媒體	112.07.14-112.07.30	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	18,500	財團法人太魯閣之音廣播事業基金會	「太魯閣之音」隸屬於飛碟聯播網體系，其為針對花蓮在地與原住民族為收聽群的廣播電台，有效促進在地居民獲取展演活動相關資訊	太魯閣之音廣播電台	

文化部主管
媒體政策及業務宣導執行情形表
中華民國112年8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
財團法人臺灣生活美學基金會	花蓮文化創意產業園區「音樂綠洲」台北之音電台花東頻道廣播廣告宣傳	台北之音廣播廣告宣傳「音樂綠洲」活動	廣播媒體	112.08.10-112.08.19	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	10,343	東台灣廣播股份有限公司	隸屬於台北之音聯播網體系，具音樂專業與媒體影響力，與在地傳統電台不同，深具網際網路即時互動的傳播特性，除傳統線上收聽外，Hitoradio.com音樂網站可同步收聽及於APP廣告欄位刊登廣告，有效導流至活動頁資訊	台北之音電台－花東頻道	
財團法人臺灣生活美學基金會	《非池中藝術網》藝文影音1支、藝術評論報導1篇，宣傳「崩塌記憶之宮」年度大展	《非池中藝術網》藝文影音與圖文報導宣傳「崩塌記憶之宮」展覽	網路媒體	112.08.01	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	77,000	帝圖科技文化股份有限公司	強調即時藝術新聞、提供全面藝術收藏與新聞資訊，製作獨家藝文影音吸引藝文觀眾群，單支影片觀看數達5,000次以上	非池中藝術網	

文化部主管
媒體政策及業務宣導執行情形表
中華民國112年8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
財團法人臺灣生活美學基金會	《秋刀魚》PODCAST頻道企劃採訪、紙本《秋刀魚》雜誌形象廣告1則，宣傳「崩塌記憶之宮」年度大展	《秋刀魚》PODCAST企劃與廣告頁宣傳「崩塌記憶之宮」展覽	平面媒體、網路媒體	112.08.06	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	160,000	黑潮文化股份有限公司	實體雜誌發行量50,000本，遍及臺灣、中國、香港與馬來西亞等地，主要觀賞對象為關注文字、音樂、電影與藝術展演等年輕族群；官網流量累計達15萬人次、社群追蹤數4.3萬人、IG追蹤數1.7萬人；Podcast節目於Apple、SoundOn、Firstory與Podcast Republic眾多串流平台播出，符合本展覽觸及的目標觀眾群	秋刀魚	

文化部主管
媒體政策及業務宣導執行情形表
中華民國112年8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
財團法人臺灣生活美學基金會	「崩塌記憶之宮」大展投放臉書廣告2波段廣告（服務）費	「崩塌記憶之宮」展覽投放臉書廣告代操服務	網路媒體	112.06.06-112.06.20 112.07.16-112.08.10	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	50,000	跳躍創新數位媒體行銷有限公司	第一波廣告本次廣告總曝數:74,471點擊數:6,041點擊率8.1%，本次優化與CUE表KPI點擊數3,968，達成率為152.2%。第二波廣告總曝光數:91,841點擊數:7,793點擊率8.5%，相較於第一波8.1%，整體提升0.4%本次優化與CUE表KPI點擊數3,968，達成率為196.3%，顯示團隊優化後的成果	Meta臉書	

文化部主管
媒體政策及業務宣導執行情形表
中華民國112年8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
財團法人臺灣生活美學基金會	ART PRESS 官網採訪報導1篇、社群推文1則，宣傳「崩塌記憶之宮」年度大展	ART PRESS 宣傳「崩塌記憶之宮」年度大展採訪報導暨社群推播	網路媒體	112.08.11	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	35,805	一屾文化有限公司	以當代藝術為基底的線上媒體，關注優質美學、藝術內容，同時關心藝術環境、相關前瞻性文化思考，是一以藝術教育為本位的新媒體，本次宣傳目標觸及覽當代藝術領域的受眾群體	ART PRESS	
財團法人臺灣美術基金會	藝術銀行十周年展覽計畫	藝術網站年度媒體合作－藝術銀行	網路媒體	112.08.11-永久上架	業務組	財團法人預算	勞務成本	20,500	帝圖科技文化股份有限公司	針對藝文興趣者，提升十周年曝光度與瀏覽率	非池中藝術網	