

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10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	黃牛防制	辦理112年「黃牛防制」政策宣導案	網路媒體	112.06.13-112.08.31	媒體公關組	公務預算	影視及流行音樂策劃與發展	1,015,000	台灣連線股份有限公司	推動黃牛防制政策，並宣導檢舉專區，有助民眾知曉本部重大推動政策議題	LINE	
文化部	黃牛防制	辦理「黃牛防制」宣導影片製作及推廣」藝文採購案	網路媒體	112.06.02-112.08.31	媒體公關組	公務預算	影視及流行音樂策劃與發展	1,500,000	開物整合設計股份有限公司	推動黃牛防制政策，並宣導檢舉專區，有助民眾知曉本部重大推動政策議題	Google 聯播網、YT、FB、IG	
文化部	第46屆金鼎獎頒獎典禮	第45、46屆金鼎獎收(整)件、頒獎典禮及推廣活動藝文採購案	網路媒體	111.08.31-111.12.31	人文及出版司	公務預算	人文文學及出版業務推展與輔導	190,000	臺灣電視事業股份有限公司	Facebook 粉絲專頁觸及逾6萬人次、瀏覽次數近萬次；YouTube 累積收看次數達3萬次	Facebook、YouTube、	廠商回饋免費廣告，共播出774檔次
文化部	2023世界民族電影節	文化部「2023世界民族電影節」藝文採購案	廣播媒體、網路媒體	112.07.25-112.09.24	蒙藏文化中心	公務預算	蒙藏文化中心業務	300,000	海鵬影業有限公司	廣為宣傳電影放映及相關活動訊息，吸引各界前來參與及觀影	網路宣傳(FB、電影節30秒短片CF)、電臺插播50檔次、2次專訪	
國家鐵道博物館籌備處	展覽主視覺、開展期間、地點等資訊	「臺北機廠鍛冶工場展示設計製作」	網路媒體	112.08.31-112.10.01	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	2,500	當若科技藝術股份有限公司	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10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
國家鐵道博物館籌備處	展覽主視覺、開展期間、地點等資訊	「鐵道與電影主題特展設計製作」	網路媒體	112.09.21-113.03.30	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	禾育信有限公司	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	
國立臺灣交響樂團	NTSO 萊納·霍內克與國臺交	「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	112.08-112.09	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	
文化部影視及流行音樂產業局	臺灣原創流行音樂大獎	112年臺灣原創流行音樂大獎決賽頒獎典禮及相關推廣活動	網路媒體	112.03.01-112.03.14 112.08.20-112.08.26 112.03.01-112.03.07 112.03.01-112.08.26 112.07.01-112.07.14 112.08.20-112.08.26	流行音樂產業組	公務預算	流行音樂產業輔導	480,000	新視紀整合行銷傳播股份有限公司	節目發布及議題操作執行	StreetVoice街聲網站、Facebook/Instagram社群平台、社群平台-live王合作	

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10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
文化部影視及流行音樂產業局	第58屆廣播金鐘獎頒獎典禮、第58屆金鐘獎節目類/戲劇類頒獎典禮	112年度廣播電視金鐘獎活動採購案	廣播媒體、網路媒體、電視媒體	112.08.01-112.10.31	廣播電視產業組	公務預算	廣播電視事業輔導	3,600,000	三立電視股份有限公司	行銷宣傳第58屆金鐘獎活動	飛碟聯播網、亞洲電台家族、HIT FM聯播網、POP RADIO、好事聯播網、高雄大眾電台、FB、IG、Twitter、PODCAST、三立都會台、MTV台、三立新聞網、三立家族頻道	
國立傳統藝術中心	《魔幻雙齣》演出宣傳	國光劇團《魔幻雙齣》講座鐘點費及文章稿費	網路媒體	112.09.02-112.09.17	國光劇團	公務預算	傳統藝術中心業務	4,000	廖泊喬	在心理科學領域臉書專頁刊登，增加能見度，拓展觀眾族群	臉書粉專專文介紹	
國立傳統藝術中心	《魔幻雙齣》演出宣傳	國光劇團《魔幻雙齣》網路廣告刊登	網路媒體	112.09.01-112.09.17	國光劇團	公務預算	傳統藝術中心業務	36,750	行家策略行銷有限公司	POPIN聯播網原生廣告於各大新聞網站刊登，增加能見度，拓展觀眾族群	新聞網廣告	

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10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	越野的靈光：莊普個展	「2023年度平面媒體（雜誌）刊登委託」勞務採購案	平面媒體	112.10.01-112.10.31	展覽組	公務預算	美術館業務	14,000	華藝文化事業有限公司	實體通路遍及全國，網路通路遍及全國	當代藝術新聞雜誌225/P.9/封面裡/雜誌廣告	
國立臺灣美術館	2024藝術跨域創作案徵件	「2023年度平面媒體（雜誌）刊登委託」勞務採購案	平面媒體	112.10.01-112.10.31	展覽組	公務預算	美術館業務	13,000	藝術家雜誌社	實體通路遍及全國，網路通路遍及全國	藝術家雜誌581/P.5/雜誌廣告	
國立臺灣美術館	2024藝術跨域創作案徵件	「2023年度平面媒體（雜誌）刊登委託」勞務採購案	平面媒體	112.10.01-112.10.31	展覽組	公務預算	美術館業務	14,000	典藏雜誌社	實體通路遍及全國，網路通路遍及全國	典藏今藝術373/P.29/雜誌廣告	
國立臺灣美術館	串流群落：溫室中的溫室	「2023年度平面媒體（雜誌）刊登委託」勞務採購案	平面媒體	112.10.01-112.10.31	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	13,000	藝術家雜誌社	實體通路遍及全國，網路通路遍及全國	藝術家雜誌581/P.4/雜誌廣告	
國立臺灣美術館	串流群落：溫室中的溫室	「2023年度平面媒體（雜誌）刊登委託」勞務採購案	平面媒體	112.10.01-112.10.31	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	14,000	典藏雜誌社	實體通路遍及全國，網路通路遍及全國	典藏今藝術373/P.28/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10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. 青少年藝術探索培力營 2. 青少年母語藝術共創體驗營 3. 「在地生活、文化生澁」台語推廣活動	藝文活動宣導(小額採購)	廣播媒體	112.07.19-112.07.28 112.08.03-112.08.11 112.10.02-112.10.12	研究發展組	公務預算	彰化生活美學館業務	20,000	國聲廣播股份有限公司	節目以教育文化及公共服務為主，聽眾範圍涵蓋苗栗縣、台中市、彰化縣、南投縣、雲林縣、嘉義縣市，有助於將活動訊息露出	國聲廣播電台 AM810	
國立臺東生活美學館	「行之有年」花東生活在文字以前	文化部一樓藝廊特展	網路媒體	112.03.28-112.08.31	研究發展組	公務預算	臺東生活美學館業務	40,000	卡塔文化工作室	宣傳文化部一樓藝廊花東工藝特展相關活動訊息	中央社、FB臉書	
國立臺東生活美學館	更生日報政策宣導費-報導「島東之境-原way市集」活動	「島東之境-原way市集」活動	平面媒體	112.10.08	研究發展組	公務預算	臺東生活美學館業務	5,000	更生日報社股份有限公司	宣傳文化部文化幣政策及相關展演訊息	更生日報社	
國立臺灣工藝研究發展中心	文化成年禮金、來工藝中心呷冰(成年禮金應用)	「2023年臺灣工藝產業媒體行銷企劃」委託服務採購案	網路媒體	112.06.08-112.06.14 112.08.02-112.08.08	研究員辦公室	公務預算	工藝研究發展中心業務	50,000	民間全民電視股份有限公司	透過媒體宣傳觸及受眾，廣度宣傳活動	FB臉書廣告投放	

文化部主管  
媒體政策及業務宣導執行情形表  
中華民國112年10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
國立臺灣工藝研究發展中心	臺灣綠工藝品牌年度徵件	「2023年臺灣工藝產業媒體行銷企劃」委託服務採購案	網路媒體	112.08.03-112.08.06	研究員辦公室	公務預算	工藝研究發展中心業務	50,000	民間全民電視股份有限公司	透過媒體宣傳觸及受眾，廣度宣傳活動	FB臉書廣告投放	
國立臺灣工藝研究發展中心	來工藝中心呷冰（成年禮金應用）	「2023年臺灣工藝產業媒體行銷企劃」委託服務採購案	網路媒體	112.08.11-112.08.17	研究員辦公室	公務預算	工藝研究發展中心業務	50,000	民間全民電視股份有限公司	透過媒體宣傳觸及受眾，廣度宣傳活動	IG廣告投放	
國立臺灣工藝研究發展中心	《當代工藝時尚跨界》靜態展	《當代工藝時尚跨界》靜態展推廣宣導	平面媒體	112.10.17	研究員辦公室	公務預算	工藝研究發展中心業務	30,000	青年日報	推廣週知常態展相關訊息	青年日報	
國立臺灣史前文化博物館	111年重新開幕行銷宣傳勞務採購案廣告投放	111年重新開幕行銷宣傳勞務採購案	網路媒體	112.02.16-112.05.16	展示教育組	公務預算	館務業務活動	65,000	中韻國際文化展演有限公司	社群平台曝光至少500萬次，露出至少30則網路新聞	臉書	
國立臺灣歷史博物館	藏品故事文案企劃及圖文刊登	「112-113年館藏文物活化應用推廣計畫」藝文勞務採購案勞務	網路媒體	112.07.14-113.06.30	公共服務與教育組	公務預算	博物館業務	336,000	史多禮股份有限公司	本期共有15萬1,893觸及人數、1萬2,157互動次數	Instagram (IG)	

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10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
國立臺灣歷史博物館	暑期活動、「當我們望春風：臺灣流行音樂90年特展」、「流域共構：雲嘉南百年水利與環境特展」、「捷克斯洛伐克X旅人X福爾摩沙1920's特展	112-113年博物館品牌活動之媒體社群經營推廣	平面媒體、廣播媒體、網路媒體	112.08.13-112.10.24	公共服務與教育組	公務預算	博物館業務	542,850	潮網科技股份有限公司	網路媒體曝光數達4,000,000次、廣播媒體露出總計達300檔次、社群推廣活動累積互動數達350,000次	GDN聯播網、FB粉絲團、Hit Fm廣播、小日子、關鍵評論網報導	
財團法人臺灣生活美學基金會	「崩塌記憶之宮」FLiper藝文誌廣編	FLiper藝文誌廣編「崩塌記憶之宮」展覽	網路媒體	112.07.20	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	26,250	飛柏創意股份有限公司	匯集設計、藝術、攝影與行銷領域的專業人士撰稿，針對在地與國際文化潮流進行評論與推廣，透過媒體報導有效拓展大眾生活化的受眾群	FLiper藝文誌	
財團法人臺灣生活美學基金會	「2023聲響藝術節：Diversonics」紙本雜誌廣告	《藝術家》雜誌廣告「2023聲響藝術節」	平面媒體	112.10.01	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	12,600	藝術家雜誌社	藉由《藝術家》發行遍及台灣、中國大陸、東南亞、美國及歐洲等地，宣傳本次藝術節展演資訊	藝術家雜誌	

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10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	「2023聲響藝術節：Diversonics」數位Banner ads	「2023聲響藝術節」PAR表演藝術數位廣告	網路媒體	112.10.01	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	10,000	國家表演藝術中心國家兩廳院	通過PAR官網投放數位廣告，吸引藝文時尚之高消費族群，促進藝術節售票及展演訊息擴散	PAR表演藝術	
財團法人臺灣生活美學基金會	「2023聲響藝術節：Diversonics」MUZIK「早餐會報」特別篇	MUZIK 早餐會報 特別篇「2023聲響藝術節」	網路媒體	112.10.03	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	58,000	謬斯客國際有限公司	透過華語圈最完整音樂藝術品牌，製作採訪宣傳影片，以「早餐會報」特別篇介紹本屆藝術節，有效觸及音樂類展演特定族群	MUZIK 閱聽古典樂	
財團法人臺灣生活美學基金會	「2023聲響藝術節：Diversonics」OPENTIX 數位全享廣告方案	「2023聲響藝術節」OPENTIX 數位全享廣告方案(二)	網路媒體	112.10.06	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	15,000	國家表演藝術中心國家兩廳院	電子報接收數26,311人次、開啟數8,913人次、點擊數364次；臉書影片337次觀看數	OPENTIX	
財團法人臺灣生活美學基金會	「2023聲響藝術節：Diversonics」展演新聞報導	非池中藝術網「2023聲響藝術節」展演報導	網路媒體	112.10.06	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	8,000	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，有效吸引藝文愛好者獲知展演訊息	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10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	「FUTURE VISION LAB × 2023 臺灣文博會」藝文影音宣傳	FUTURE VISION LAB × 2023 臺灣文博會藝文影音宣傳片	網路媒體	112.10.12	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	55,000	帝圖科技文化股份有限公司	客製藝文影音宣傳片，吸引大眾藝文觀眾群，影片上線觀看數已達2,486次	非池中藝術網	
財團法人臺灣生活美學基金會	「2023聲響藝術節：Diversonics」ARTouch 廣編	典藏 ARTouch.com 數位廣編「2023聲響藝術節」	網路媒體	112.10.17	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	35,000	典藏雜誌社	《典藏》受眾為海內外藝術的愛好者、文化藝術產業圈、美術館工作者等藝文人士，網站流量平均數17-20萬人次/月，具有非常精準的台灣藝術人口使用戶，助於展覽資訊的曝光與宣傳	典藏 ARTouch.com	
財團法人臺灣美術基金會	藝術銀行10周年暨特展	藝術網站年度媒體合作 - 藝術銀行	網路媒體	112.09.21-113.09.21	業務組	財團法人預算	勞務成本	1,500	帝圖科技文化股份有限公司	針對藝文興趣與專業者，提升文博會特展的曝光度與品牌知名度	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10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	藝術銀行10周年展覽計畫	藝術銀行10周年計畫FB社群廣告操作與宣傳	網路媒體	112.10.27-112.12.30	業務組	財團法人預算	勞務成本	47,250	威旭數位媒體有限公司	針對藝文興趣者，增加品牌曝光度、10周年展覽計畫曝光度與瀏覽率，及推廣活動參與度	FB	
財團法人臺灣美術基金會	藝術銀行10周年暨特展 - 展覽CF	藝術銀行10周年計畫FB社群廣告操作與宣傳	網路媒體	112.09.23-112.09.30	業務組	財團法人預算	勞務成本	14,250	威旭數位媒體有限公司	針對藝文興趣者，提升文博會特展的曝光度與瀏覽率，吸引看展意願	FB	