

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	「2024年第32屆台北國際書展」	辦理「2024年第32屆台北國際書展」藝文採購	平面、網路、廣播、電視	113.01-113.02.25	人文及出版司	總預算	出版事業之輔導	600,000	財團法人台北書展基金會	宣傳2024台北國際書展	自由時報、台灣出版與閱讀、書香遠傳雙月刊、POP Radio、TVBS電視台、YOUTUBE、FACEBOOK、LINE廣告、Google。	
文化部	國家漫畫博物館開展試營運	「國家漫畫博物館開展行銷推廣執行」藝文採購案	平面、網路、廣播、電視	112.12.23-113.02.29	人文及出版司、國家漫畫博物館籌備處	總預算	國家漫畫博物館計畫	800,000	中台灣廣播電台股份有限公司	宣傳國家漫畫博物館開展試營運	自由時報、中國時報、聯合報、寶島聯播網、Hit FM、TVBS電視台、YAHOO、YOUTUBE、IG、DcardFACEBOOK、LINE廣告、Google。	
文化部	第14屆金漫獎頒獎典禮暨系列交流活動	第12至14屆金漫獎頒獎典禮暨系列交流活動勞務採購案	網路媒體	112.10.01-113.3.31	人文及出版司	總預算	112年保留款-出版事業之輔導	129,000	臺灣電視事業股份有限公司	增加金漫獎曝光度。	金漫獎Facebook、金漫獎官網、金漫獎youtube、IG	
文化部	展現現行影視音產業政策推行成果	「文化部影視音政策推動成果影片拍攝」藝文採購案	網路媒體	預計依實際需求適時刊播。	影視及流行音樂發展司	總預算	112年保留款-影視及流行音樂策畫與發展	468,534	新視紀整合行銷傳播股份有限公司	預計促進民眾對影視音產業政策推動成果之瞭解。	預計於網路平台刊播。	本案係委託廠商製作影視政策成果影片。
文化部	黃牛政策宣導	「112年黃牛防制響應視覺設計製作」藝文採購案	網路媒體	112.06.12-112.11.07	影視及流行音樂發展司	總預算	112年保留款-影視及流行音樂策劃與發展	865,000	獨一無二廣告行銷事業有限公司	促進民眾對於藝文表演黃牛票券及法令規定之認識	網路廣告、風傳媒	

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	113年度「藝術銀行營運及推廣計畫」	113年度「藝術銀行營運及推廣計畫」	網路媒體、平面媒體	113.04.15-113.08.31	藝術發展司	總預算	視覺及表演藝術之策劃與發展	169,500	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，提升徵件計畫曝光度與瀏覽率；針對藝術銀行2024年之年度展望計畫報導，包括年度新視覺、屏東展、網站改版等宣告，提升藝術銀行品牌好感度。	Google廣告/Facebook廣告、Artouch.com藝術網及Artouch IG、非池中藝術網、非池中藝術網、La Vie網站、今藝術	
文化部	文化幣嘉惠學弟妹回饋故里情	「文化禮金推動計畫」勞務採購後續擴充案	電視媒體	113.02.08-113.02.20	文創發展司	總預算	文化創意產業發展業務	2,580,000	關貿網路股份有限公司	宣導文化幣「嘉惠學弟妹 回饋故里情」政策，推廣全民行動響應，共計露出189檔次。	年代新聞台 壹新聞 三立財經台 三立新聞	
文化部文化資產局	112年度古蹟歷史建築紀念建築管理維護評鑑	「112年度古蹟歷史建築紀念建築管理維護評鑑」優良個案頒獎典禮暨相關規劃案	網路媒體	113.03	古蹟聚落組	總預算	112年保留款-文化資產業務	73,000	雄本老屋規劃有限公司	宣導古蹟歷史建築紀念建築管理維護評鑑、並推廣得獎單位管理維護之用心。	Facebook、Youtube	
國立傳統藝術中心	2024臺灣戲曲藝術節系列節目售票及宣傳	113年度臺灣戲曲中心數位通路媒體服務勞務採購案	網路媒體	113.01.29-113.05.23	劇藝發展組	總預算	傳統藝術中心業務	201,894	維肯媒體股份有限公司	提升臉書貼文觸及率，共執行16檔貼文廣告，平均貼文觸及為22,100人次；提升網路宣傳能見度，累計點擊數	Facebook廣告、Google Banner、Yahoo原生廣告、Line Lap、	
國立傳統藝術中心	宣傳臺灣國樂團113年度音樂會演出	113年度臺灣國樂團演出推介及活動執行藝文採購案	廣播媒體、網路媒體	113.02.20-113.06.12	臺灣國樂團	總預算	傳統藝術中心業務	106,000	藝騰文創事業有限公司	讓更多民眾藉由此宣傳能了解並參與該團音樂會。	Facebook、IG、Line、愛樂電台	

文化部主管
媒體政策及業務宣導執行情形表
中華民國113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
國立傳統藝術中心	《浪火颯音》音樂會宣傳	臺灣國樂團113年度《浪火颯音》音樂會廣播廣告小額採購案	廣播媒體、網路媒體	113.07.12-113.07.18	臺灣國樂團	總預算	傳統藝術中心業務	15,750	數碼藍圖行銷有限公司	讓更多民眾藉由此宣傳能了解並參與該團音樂會。	IC之音電台、Facebook、	網路媒體執行金額0元，為廠商加值回饋
國立臺灣美術館	山水變奏—李重重的水墨歷程	「2024年度平面媒體(雜誌)刊登委託」勞務採購案	平面媒體	113.08.01-113.08.31	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，網路通路遍及全國。	典藏今藝術雜誌 no. 383/P. 9/雜誌廣告	
國立臺灣美術館	2024藝術跨域創作案「李鍵：重返維多利亞之城」	「2024年度平面媒體(雜誌)刊登委託」勞務採購案	平面媒體	113.08.01-113.08.31	展覽組	總預算	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/no. 235/雜誌廣告	
國立臺灣美術館	中華民國第二十屆國際版畫雙年展	「2024年度平面媒體(雜誌)刊登委託」勞務採購案	平面媒體	113.08.02-113.09.01	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，網路通路遍及全國	典藏今藝術雜誌 no. 383/P. 9/雜誌廣告	
國立臺灣美術館	中華民國第二十屆國際版畫雙年展	「2024年度平面媒體(雜誌)刊登委託」勞務採購案	平面媒體	113.07.23-113.08.22	展覽組	總預算	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 no. 591/P. 420/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	臺灣兒童藝術基地 《「我記得……」：關於記憶與想像的拼貼》 兒童藝術教育廣告宣傳	臺灣兒童藝術基地《「我記得……」：關於記憶與想像的拼貼》 兒童藝術教育廣告宣傳	網路媒體	113.07.27-113.07.28	館長室	總預算	美術館業務	20,000	台中力宏報社	網路通路遍及全國及海外，20萬曝光	壹蘋新聞網	
國立彰化生活美學館	113年全國社會組合唱比賽	藝文活動宣導(小額採購)	廣播媒體	113.07.15-113.07.23	研究發展組	總預算	彰化生活美學業務	18,000	城市廣播股份有限公司	城市廣播電台提供重要國內外分眾資訊，以及都會成人流行音樂，收聽對象鎖定25-45歲族群，有助於將活動訊息推廣至青壯年族群。	城市廣播FM92.9	
國立彰化生活美學館	113年全國社會組合唱比賽	藝文活動宣導(小額採購)	網路媒體	113.07.31-113.08.19	研究發展組	總預算	彰化生活美學業務	18,000	臺灣中華日報社股份有限公司	中華新聞雲網站為中華日報建置，提供專業新聞訊息報導服務，同時和google網站合作新聞聯播，有助於推廣活動訊息。	中華新聞雲	
國立臺東生活美學館	音樂藝術文化近用系列活動	音樂藝術文化近用系列活動	平面媒體	113.7.20	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	宣傳音樂藝術文化近用系列活動，增加參與人數	更生日報社	
國立臺灣歷史博物館	「跨·1624世界島臺灣」特展	113年博物館品牌動之媒體社群經營推廣	廣播媒體	113.06.03-113.06.09	公共服務與教育組	總預算	博物館業務	218,400	潮網科技股份有限公司	6月份執行共200檔次的製作與播出	城市廣播網、ICRT	

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
國立臺灣歷史博物館	「清法戰爭：西仔反印象記」特展、「我市臺灣通」免票活動、暑期活動	113年博物館品牌動之媒體社群經營推廣	網路媒體	113.05.17-113.08.14	公共服務與教育組	總預算	博物館業務	251,822	潮網科技股份有限公司	超過200萬曝光數，及1萬5,000次按讚數	Google聯播網、臺史博官方臉書	
國立臺灣文學館	一檔本館主體展覽、一場實體行銷活動、粉絲專業廣告推播一則	113年品牌行銷企劃及執行	網路媒體	113.07-113.08	公共服務組	總預算	文學博物館業務	191,619	大日嘉全球有限公司	實體活動計34篇媒體報導露出，預估超過40萬人次瀏覽。線上行銷約74萬次曝光。	GDN Google聯播網、臉書	
國立臺灣文學館	「海馬打點滴：你有所不知的文學療癒」特展及推廣活動	「文學療癒特展」展示設計製作案（案號：113-2-22）	網路媒體	113.09.05-113.11.05	臺北分館	總預算	文學博物館業務	30,000	好心地文創有限公司	3.9億人次觸擊	google ads	
財團法人文化臺灣基金會	巴黎文化奧運媒體行銷	巴黎文化奧運媒體行銷案	平面媒體、網路媒體及電視媒體	113.06.26-113.09.30(涵蓋期程)	文教組	財團法人預算	勞務成本	3,060,000	潮網科技股份有限公司	增進國內外民眾了解文化奧運活動資訊，預計達成至少25式電視新聞報導、50萬次網路新聞曝光、平面媒體報導以及國際媒體刊登等。	三立、民視、年代、壹電視、鏡電視、自由、聯合、歐洲新聞聯稿，英、法、義、西、德文媒體。	

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
財團法人文化臺灣基金會	巴黎文化奧運媒體行銷	巴黎文化奧運影音內容製作案	網路媒體	113.06.26-113.09.30(涵蓋期程)	文教組	財團法人預算	勞務成本	1,600,000	厚策思維有限公司	拍攝製作文化奧運內容，提供文化部網路平台擴散。	社群媒體：文化部Facebook及Instagram。原生內容合作。電子媒體：中時新聞網、ETtoday。	
財團法人臺灣生活美學基金會	「2024玩聚場藝術節」活動網路媒體廣告宣傳，與荔枝小姐的podcast頻道合作專訪，及facebook兩篇貼文宣傳玩聚場活動。	「2024玩聚場藝術節」活動網路媒體廣告宣傳案	網路媒體	113.07.23-113.08.03	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	7,000	黃敏	荔枝小姐 Facebook追蹤人數7933，facebook兩篇貼文曝光分別為23次互動及31次互動。	荔枝小姐Facebook	

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	「2024玩聚場藝術節」活動網路媒體廣告宣傳，採購 Shopping Design IG 當月必看藝文活動精選，以及獨立貼文一篇。	「2024玩聚場藝術節」活動網路媒體廣告宣傳案	網路媒體	113.07.31-113.08.02	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	52,500	巨思文化股份有限公司	預期透過 Shopping Design IG 有 7.2 萬追蹤的社群，提升活動曝光度，有效促進活動訊息推廣。	Shopping Design Instagram	
財團法人臺灣生活美學基金會	「2024玩聚場藝術節」活動網路媒體《cacao 可口》線上雜誌廣告宣傳	「2024玩聚場藝術節」活動網路媒體廣告宣傳案	網路媒體	113.07.22	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	15,750	可口創造有限公司	合作《cacao 可口》線上雜誌一篇報導以及 Cacao Mag Facebook 一則貼文，該雜誌 Facebook 追蹤數 4.9 萬。期待透過此生活類雜誌報導與宣傳，有效與該雜誌重視表演藝術、設計與藝文訊息的受眾溝通活動資訊。	Cacao Mag Facebook	
財團法人臺灣生活美學基金會	「2024玩聚場藝術節」社群媒體廣告宣傳	「2024玩聚場藝術節」活動網路媒體廣告宣傳案	網路媒體	113.07.03-113.08.02	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	60,000	跳躍創新數位媒體行銷有限公司	與跳躍團隊合作規劃 C-LAB 臉書貼文優化調整，達成超過預定成效的 265% 廣告效益，廣告整體曝光 299,768，點擊次數 21,657，點擊率 7.2%，有效促進推廣活動訊息。	Facebook、Instagram	

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	「2024玩聚場藝術節」採購國家兩廳院全方位數位整合廣告方案二	「2024玩聚場藝術節」活動網路媒體廣告宣傳案	網路媒體	113.07.01-113.07.27	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	15,500	國家表演藝術中心 國家兩廳院	透過國家兩廳院「全方位數位整合廣告方案二」包含；EDM (20,000筆)、藝文指南針電子刊-內頁廣告、OPENTIX facebook粉絲專頁貼文、OPENTIX 電子報Banner、OPENTIX 官網首頁下方Banner (一週)，於社群貼文中，貼文曝光次數24416次，貼文觸及人數14337人次，互動數1147次。 廣告提升活動曝光度，有效促進活動訊息推廣。	OPENTIX兩廳院文化生活網站、OPENTIX兩廳院文化生活 Facebook	
財團法人臺灣生活美學基金會	「2024聲徇音樂節」採購國家兩廳院「全方位數位整合廣告方案一	「2024聲徇音樂節」活動網路媒體廣告宣傳案	網路媒體	113.07.10-113.07.17	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	5,500	國家表演藝術中心 國家兩廳院	透過國家兩廳院「全方位數位整合廣告方案一」包含；EDM (20,000筆)、OPENTIX facebook粉絲專頁貼文、OPENTIX 官網首頁下方Banner (一週)，於社群貼文中，貼文曝光次數27326次，貼文觸及人數14318人次，互動數1663次。 廣告提升活動曝光度，有效促進活動訊息推廣。	OPENTIX兩廳院文化生活網站、OPENTIX兩廳院文化生活 Facebook	

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	「2024聲徇音樂節」活動《Par表演雜誌》廣告宣傳	「2024聲徇音樂節」活動網路媒體廣告宣傳案	網路媒體	113.08.19-113.08.25	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	透過國家表演藝術中心國家兩廳院《Par表演雜誌》進行線上廣告宣傳，BANNER廣告首頁輪播一週。在以表演藝術為主要TA的線上雜誌平台提升活動曝光度，有效促進活動訊息推廣。	PAR 表演藝術雜誌網站	
財團法人臺灣生活美學基金會	「2024聲徇音樂節」《典藏ARTouch.com》廣告宣傳	「2024聲徇音樂節」活動網路媒體廣告宣傳案	網路媒體	113.08.16-113.08.20	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	40,000	典藏雜誌社	透過典藏雜誌社進行專訪、撰稿及曝光，刊登於《典藏ARTouch》網站以及典藏ARTouch Facebook、典藏ARTouch Instagram貼文，貼文分別有20次分享及278個讚。報導廣告提升活動曝光度，有效促進活動訊息推廣。	典藏ARTouch.com網站、Facebook、Instagram	

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(刊登次數)。
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。