

**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	上萊普拉斯Table+中台灣飲食文化創生展2024	112-113年中臺灣飲食文化結合地方創生輔導暨策展、出版規劃案藝文採購	網路媒體	113.09.26-113.10.13	推廣輔導組	前瞻基礎建設計畫第4期特別預算	城鄉建設-加速推動地方創生	0	逢甲大學	本活動「上萊普拉斯Table+中台灣飲食文化創生展2024」，粉絲專頁追蹤人數7,050人，有助於推廣及宣傳活動。	臉書宣傳	廠商回饋
文化部	2024臺灣文博會	「2024臺灣文博會」新頭殼網路媒體廣宣案	網路媒體	113.08.22-113.09.04	媒體公關組	總預算	綜合規劃業務	148,000	先驅媒體社會企業股份有限公司	有助民眾知曉「2024臺灣文博會」移師臺南盛大舉行及相關活動資訊。	「風傳媒」網站	
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」CTWANT網路媒體廣宣案	網路媒體	113.10.07-113.11.11	媒體公關組	總預算	綜合規劃業務	148,000	王道旺台媒體股份有限公司	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。	「CTWANT」網站	
文化部	2024TTXC臺灣文化科技大會	辦理「2024TTXC臺灣文化科技大會」台灣新生報廣宣案	平面媒體	113.10.12	文化部媒體公關組	總預算	綜合規劃業務	50,000	台灣新生報業股份有限公司	有助民眾知曉「2024TTXC臺灣文化科技大會」相關活動資訊。	台灣新生報	
文化部	各獲獎勵單位辦理之「創新書市庄頭書展」	113年「創新書市庄頭書展」整合行銷暨輔導作業藝文採購案	網路媒體	113.09-114.05	人文及出版司	總預算	人文文學及出版業務推展與輔導	300,000	聚場文化有限公司	增加「創新書市庄頭書展」曝光度，吸引民眾參與活動、接觸閱讀並購買書籍。	「創新書市庄頭書展」之Facebook、Instagram廣告	
文化部	2024世界民族電影節	文化部「2024世界民族電影節」藝文採購案	網路媒體 廣播媒體	113.08.14-113.09.22	蒙藏文化中心	總預算	蒙藏文化中心業務	250,000	海鵬影業有限公司	宣傳並散播電影放映及相關活動訊息，吸引各界前來參與及觀影。	1. 網路宣傳(FB) 2. 電臺插播50檔次、2次專訪	
國立臺灣交響樂團	NTSO 2024/25開季系列音樂會 水藍，彼得·洛達爾與國臺交	案號：A113022「團隊品牌形塑暨音樂欣賞推廣規劃及執行(2024/25樂季)」	廣播媒體	113.09-113.09	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
國立臺灣交響樂團	秋山和慶，樓靜庭與國臺交	案號：A113022 「團隊品牌形塑暨音樂欣賞推廣規劃及執行（2024/25樂季）」	廣播媒體	113.09-113.10	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 2024/25開季系列音樂會 水藍，丁章媛，陳南呈與國臺交	藝文活動宣傳（小額採購）	廣播媒體	113.08-113.09	國立臺灣交響樂團	總預算	交響樂團業務	37,500	台北愛樂廣播股份有限公司	推廣藝文欣賞。	台北愛樂電台	
國立臺灣交響樂團	NTSO《笑問客從何處來》華人女作曲家管弦協奏音樂會	藝文活動宣傳（小額採購）	平面媒體	113.10-113.10	國立臺灣交響樂團	總預算	交響樂團業務	30,000	青年日報社	推廣藝文欣賞。	青年日報	
影視及流行音樂產業局	第59屆廣播金鐘獎頒獎典禮、第59屆金鐘獎節目類/戲劇類頒獎典禮	113年度金鐘獎活動採購案	廣播媒體 網路媒體（含社群媒體） 電視媒體	113.08.01-113.10.31	廣播電視產業組	總預算	廣播電視事業輔導	3,480,000	三立電視股份有限公司	行銷宣傳第59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、YouTube、官網、三立都會台、MOD三立綜合台/戲劇台、公共電視、三立國際台	廠商回饋免費廣告： 1. 廣播媒體增值回饋，計68萬元。 2. 電視媒體增值回饋，計640萬元。
影視及流行音樂產業局	113年臺灣原創流行音樂大獎-徵件報名	「113年臺灣原創流行音樂大獎決賽頒獎典禮及相關推廣活動」採購案	網路媒體	113.04.03-113.04.09	流行音樂產業組	總預算	流行音樂產業輔導	360,000	新視紀整合行銷傳播股份有限公司	提升活動曝光度及鼓勵徵件報名。	FB廣告、IG廣告、Dcard原生廣告	

**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
國立傳統藝術中心	宣傳本中心「113年傳統藝術接班人駐園演出計畫」暨「2024亞太傳統藝術節」活動	113年傳統藝術接班人駐園演出計畫及2024亞太傳統藝術節活動廣告費	平面媒體 網路媒體	113.08.16 113.09.23- 113.10.06	營運推廣組	總預算	傳統藝術中心業務	30,000	台灣新生報 業股份有限公司	提升活動之媒體曝光率以吸引更多民眾了解進而參與。	台灣新生報	
國立傳統藝術中心	宣傳「113年傳統藝術接班人駐園演出計畫」、「2024亞太傳統藝術節」活動	中心臉書粉絲專頁粉絲數及互動度規劃數位通路行銷案	網路媒體	113.09.01- 113.09.30	營運推廣組	總預算	傳統藝術中心業務	57,380	潮網科技股份有限公司	提升該中心臉書粉絲專頁的粉絲數及貼文互動討論度，進而增加粉專的宣傳效果。	Facebook	
國立傳統藝術中心	《魯凱族達魯瑪克部落·緣定鞞韃》、「ISC35週年—2024臺北國際現代音樂節」	2024年臺灣音樂館展演節目推廣勞務採購案	網路媒體	113.09.14- 113.09.27	臺灣音樂館	總預算	傳統藝術中心業務	11,905	藝騰文創事業有限公司	透過網路宣傳，擴大活動能見度。	Facebook廣告	
國立傳統藝術中心	國光劇團《閻羅夢》	國光劇團「閻羅夢」CF剪輯	網路媒體	113.09.01- 113.10.12	國光劇團	總預算	傳統藝術中心業務	35,700	錄人媒體工作室	提升臉書貼文觸及率、增加節目宣傳貼文能見度。	FACEBOOK等社群媒體播放	
國立傳統藝術中心	【歌仔戲外台2.0展演專案補助計畫】	【歌仔戲外台2.0展演專案補助計畫】刊登Facebook精準廣告	網路媒體	113.09.27- 113.12.09	臺灣歌仔戲中心	總預算	傳統藝術中心業務	60,000	台北數位廣告股份有限公司	提升臉書貼文觸及率，增加【歌仔戲外台2.0】宣傳貼文能見度，提升貼文互動率（按讚、留言、分享…等），將潛在客群導流至售票網頁，提升售票數。	Facebook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	致未來世代的美術史—臺灣美術以人為本的共融之路	「2024年度平面媒體(雜誌)刊登委託」勞務採購案	平面媒體	113.08.23-113.09.30	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.592/P.5/雜誌廣告	
國立臺灣美術館	2024藝術跨域創作案「葉廷皓：下意識機器」	「2024年度平面媒體(雜誌)刊登委託」勞務採購案	平面媒體	113.10.01-113.10.31	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.593/P.10/雜誌廣告	
國立臺灣美術館	2024藝術跨域創作案「葉廷皓：下意識機器」	「2024年度平面媒體(雜誌)刊登委託」勞務採購案	平面媒體	113.10.01-113.10.31	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.385/P.4/雜誌廣告	
國立彰化生活美學館	春華秋實—陳志聲詩辭書法展	藝文活動宣傳(小額採購)	廣播媒體	113.08.22-113.09.25 (30秒宣傳廣告50檔、活動訊息播報3次)	研究發展組	總預算	彰化生活美學業務	18,000	太陽廣播電台股份有限公司	太陽電台調頻收聽範圍涵蓋大台中地區，聽眾年齡層廣泛、面向多元，有助於加強推廣展覽資訊及藝文活動。	太陽電台FM89.1	
國立彰化生活美學館	上菜普拉斯(Table+)中臺灣飲食文化創生展	藝文活動宣傳(小額採購)	網路媒體	113.09.20-113.09.26	研究發展組	總預算	彰化生活美學業務	15,000	互傳媒企業社	互傳媒新聞網內容知性多樣，報導內容涵蓋全國，且有同時經營youtube頻道、IG及臉書，新聞可見度高。	互傳媒新聞網	
國立彰化生活美學館	上菜普拉斯(Table+)中臺灣飲食文化創生展	藝文活動宣傳(小額採購)	平面媒體	113.09.27	研究發展組	總預算	彰化生活美學業務	18,000	青年日報彰化縣採訪中心	青年日報隸屬於國防部，為全體士官兵、官兵家屬、退役官兵等各級政府部門，提供專業新聞訊息報導，具有一定公信力，有助於加強推廣展覽訊息。	青年日報	

**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
國立臺東生活美學館	社造三明治社造交流會活動	社造三明治社造交流會活動	平面媒體	113.09.12	研究發展組	總預算	臺東生活美學館業務	3,000	台灣新聞雲報社	宣傳社造三明治社造交流會活動，增加參與的單位。	台灣新聞雲報	
國立臺東生活美學館	113年後山文學獎暨相關推廣活動	113年後山文學獎暨相關推廣活動	平面媒體	113.09.12	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	宣傳後山文學獎及相關推廣活動，增加投件量。	更生日報	
國立臺東生活美學館	花東製噪金曲獎唱會	花東製噪金曲獎唱會	平面媒體	113.08.31	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	宣傳花東製噪金曲獎唱會，增加參與人數。	更生日報	
國立臺東生活美學館	後山文學文學創作推廣工作坊(台東場)	後山文學文學創作推廣工作坊(台東場)	平面媒體	113.09.04	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	宣傳後山文學獎及相關推廣活動，增加投件量。	更生日報	
國立臺東生活美學館	「原客融合：新歌謠創作工作坊」成果展演	「原客融合：新歌謠創作工作坊」成果展演	平面媒體	113.09.01	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創作成果，增加曝光量。	更生日報	
國立臺東生活美學館	宣傳113年花東原創生活節藝文服務採購案	「113年花東原創生活節藝文服務採購案	平面媒體 廣播媒體 網路媒體	113.07.01- 113.08.20	研究發展組	總預算	臺東生活美學館業務	90,000	心燦整合行銷有限公司	透過宣傳，讓更多民眾知道展覽活動訊息，以增加活動場次參與人數。	更生日報社、後山電台、花蓮市電視牆、台灣產經新聞、東台灣新聞網、引動傳媒	
國立臺灣工藝研究發展中心	「工藝遠境」展覽活動-台北站	一般活動推廣宣傳	網路媒體	113.09.30	美學推廣組	總預算	工藝研究發展中心業務	45,000	大媒體新聞網	透過媒體宣傳觸及受眾，廣度宣傳活動。	大媒體新聞網	

**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	2024年臺灣工藝產業媒體行銷企劃	「2024年臺灣工藝產業媒體行銷企劃」委託服務採購案	網路媒體 平面媒體	113.06.29- 113.09.30	美學推廣組	總預算	工藝研究發展中心業務	971,855	民間全民電視	透過媒體宣傳觸及受眾，廣度宣傳活動。	IG廣告投放、FB廣告投放、Google藝文聯播精準投放、LAVIE雜誌跨頁廣告、MotTimes數位雜誌廣告	
國立臺灣歷史博物館	台灣人的口袋博物館	「113-114年館藏文物活化應用推廣計畫」藝文勞務採購案(後擴)	網路媒體	113.10.24- 113.10.25	公共服務與教育組	總預算	博物館業務	0	史多禮股份有限公司	1,725觸及人次。	臺史博官方Instagram(IG)限時動態	廠商回饋
國立臺灣文學館	2024故事聯合國：加拿大駐台北貿易辦事處政經暨公共事務處處長呂明銳(Martin Laflamme)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)	113.08.22- 113.08.28	展示組	總預算	文學博物館業務	3,000	大日嘉全球有限公司	提升影片點閱率。	FB	
國立臺灣文學館	2024臺灣文學獎徵獎專題、2024臺灣文學獎創作獎得獎相關議題	「2024臺灣文學獎贈獎暨推廣活動專案計畫」	網路媒體 (含社群媒體) 平面媒體	113.04.15- 113.08.31	公服組	總預算	文學博物館業務	100,000	尤里西斯文化創意有限公司	1. 增加臺灣文學獎徵獎訊息曝光率、提升徵獎件數。 2. 擴大臺灣文學獎創作獎曝光率、提升創作獎知名度。	獎金獵人網站 聯合文學雜誌5月號 聯合文學雜誌8月號 日本電通集團-貝立德媒體採購代理商	

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
國立臺灣文學館	「2024臺灣文學獎創作獎台語得獎新詩與散文內容刊載」、「2024臺灣文學獎創作獎原住民華語、台語、客語得獎新詩內容刊載」	「2024臺灣文學獎贈獎暨推廣活動專案計畫」	平面媒體	113.08-113.10	公服組	總預算	文學博物館業務	0	尤里西斯文化創意有限公司	擴大臺灣文學獎創作獎曝光率、提升創作獎知名度。	台江台語文學季刊、台客詩刊	廠商回饋 (詩文公益推廣)
財團法人臺灣生活美學基金會	「2024未來媒體藝術節」活動網路媒體廣告宣傳，採購日本ART iT 網站英文和日文雙語報導，以及ART iT Asia X (twitter) 英文社群貼文。	「2024未來媒體藝術節」活動網路媒體廣告宣傳案	網路媒體	113.10.07	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	68,375	ART iT Co., Ltd.	委託 ART iT 進行日語及英語報導，於 ART iT 官方網站及 ART iT Asia X (Twitter) 以日文和英文發布活動資訊。該報導於國際媒體發布後獲得顯著成效，ART iT Asia X (Twitter) 貼文點擊量達到1,477次。通過多媒體與社群平台的結合推廣，有效提升了活動的國際關注度。	ART iT 官方網站、ART iT Asia X (Twitter)	

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	2024 C-LAB創意工坊：手製風景實驗室活動網路媒體廣告宣傳，採購跳躍CreAD數位廣告代操，共三篇貼文推播	「2024 C-LAB創意工坊：手製風景實驗室」活動網路媒體廣告宣傳案	網路媒體	113/09/20~113/09/27	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	20,000	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，廣告整體曝光166,764，點擊次數5,524，點擊率3.3%，有效促進推廣活動宣傳與報名人數。	臺灣當代文化實驗場C-LAB Facebook	
財團法人臺灣生活美學基金會	「2024未來媒體藝術節」活動網路媒體廣告宣傳，採購e-flux展訊介紹，刊登於e-flux announcement 官網專區和電子報	「2024未來媒體藝術節」活動網路媒體廣告宣傳案	網路媒體	113.10.09	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	64,420	E-Flux, Inc.	E-flux 擁有超過150,000名訂閱者，讀者主要是來自全球視覺藝術專業人士、策展人、藝術家、畫廊業者、作家及學者等。委託 E-flux 透過線上展訊公告和電子郵件將活動資訊傳遞給全球藝術愛好者。展訊報導在 E-flux 平台上發布後，使2024未來媒體藝術節擴大了活動的國際曝光度，提升在全球藝術社群中的知名度。	e-flux announcement 官網公告區、e-flux會員電子報	



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	「2024 CREATORS開放工作室」活動網路媒體廣告宣傳，採購500輯採訪廣編稿一篇，刊於500輯官網、500輯Facebook。	「2024 CREATORS開放工作室」活動網路媒體廣告宣傳案	網路媒體	113.10.14	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	100,000	聯合線上股份有限公司	500輯是聯合報旗下的新型態媒體，致力於為「質感青年」提供多樣化的文化、生活和自我實踐內容。2024 CREATORS開放工作室委託500輯撰寫廣編稿，於500輯的Facebook粉絲專頁發布後獲得275次按讚。500輯的圖文內容透過藝文與生活的結合，成功吸引年輕族群的關注，增強了2024 CREATORS開放工作室活動的曝光度，同時提升了CREATORS品牌的知名度。	500輯官網、500輯Facebook	
財團法人臺灣生活美學基金會	花創園區10-12月系列活動宣傳	113年花創園區廣告採購乙案-廣播媒體《東部好事FM935電台》	廣播媒體	113.11.17-113.12.15 113.12.22-114.01.03	花創維運專案辦公室	財團法人預算	勞務成本	60,000	好事聯播網-連花廣播電台股份有限公司	好事聯播網在北中南各台都是各區域收聽率冠軍，在花蓮也是收聽率第一，廣播曝光共355次，有助推廣系列活動。	好事聯播網電台(好事935 BEST RADIO)	

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	「2024未來媒體藝術節」活動網路媒體廣告宣傳，採購泛科學廣編稿一篇及「思想實驗室」直播節目一場；圖文廣編稿刊於泛科學官網、直播於泛科學YouTube頻道播出。	「2024未來媒體藝術節」活動網路媒體廣告宣傳案	網路媒體	113.10.09 113.10.24	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	100,665	泛科創新股份有限公司	泛科學為臺灣知名科學知識媒體平台，致力於以生動的方式傳播科學知識，結合時事的角度，吸引廣大讀者群關注科學話題。題。2024未來媒體藝術節與泛科學合作撰寫圖文廣編稿，並於泛科學官方網站上發布，再加上於泛科學YouTube頻道直播，增加了2024未來媒體藝術節的媒體能見度，與不同領域的受眾對話溝通，使展覽觸及到更廣泛的群眾。	泛科學官網、泛科學YouTube	
財團法人臺灣生活美學基金會	「2024未來媒體藝術節」活動網路媒體廣告宣傳，採購泛科學製作圖文懶人包，總共依據AI發展簡史繪製四幅插圖懶人包，刊登於泛科學官網廣編稿中。	「2024未來媒體藝術節」活動網路媒體廣告宣傳案	網路媒體	113.10.09 113.10.24	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	34,335	泛科創新股份有限公司	泛科學為臺灣知名科學知識媒體平台，致力於以生動的方式傳播科學知識，結合時事的角度，吸引廣大讀者群關注科學話題。2024未來媒體藝術節與泛科學合作，在泛科學的文章內容中加入生動活潑的插圖，有利於吸引年輕讀者的關注。	泛科學官網、泛科學YouTube	

**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周年計畫網路媒體專題報導	網路媒體	113.10.01-114.10.01	業務組	財團法人預算	勞務成本	50,000	英屬蓋曼群島商家庭傳媒	針對藝術銀行2024年出版藝術手札《藝術醒世要言》專文撰訪，推廣書籍及提升藝術銀行品牌好感度。	La Vie網站	
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周年計畫網路媒體專題報導	網路媒體	113.10.14-113.10.24	業務組	財團法人預算	勞務成本	31,500	威旭數位媒體	針對藝術銀行2024年出版藝術手札《藝術醒世要言》，藝術銀行Facebook貼文推廣書籍及提升藝術銀行品牌好感度。	藝術銀行Facebook粉絲頁貼文推廣	

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。