

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12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	2024 U-108 SPACE展演創作計畫—阿爾法聲林	「2024年度平面媒體(雜誌)刊登委託」勞務採購案	平面媒體	114.01.01-114.01.31	展覽組	前瞻基礎建設計畫第4期特別預算	數位建設	14,000	典藏雜誌社	月發行量25,000份,實體通路遍及全國,網路通路遍及全國。	典藏今藝術雜誌no.388/P.14/雜誌廣告	「2024 U-108 SPACE展演創作計畫〈阿爾法聲林〉」因凱米颱風暴雨侵害,造成U-108SPACE關閉進行維修,展覽調整為114年1月至3月。為配合雜誌出刊期程,於113年12月提前辦理編輯、印刷及核銷等作業,並於114年1月出刊。
文化部	文化部新聞稿	113年度「財團法人中央通訊社中文訊息服務平台」勞務採購案	網路媒體	113.07.01-113.12.31	媒體公關組	總預算	綜合規劃業務	70,400	財團法人中央通訊社	有助本部政策及活動新聞露出,讓更多民眾了解本部政策推動及活動資訊。	中央社中文訊息服務平台	
文化部	2024臺北時裝週SS25活動資訊	2024臺北時裝週AW24暨SS25勞務採購案	平面媒體、網路媒體	113.09.01-113.11.30	文創發展司	總預算	文化創意產業發展業務	1,950,000	擘舍全媒體整合股份有限公司	增加曝光度及推廣活動。	自由時報、VOGUE、Marie Claire等平面報紙雜誌, GQ、ELLE等時尚網路平台	
文化部	2024臺灣文化創意博覽會活動資訊	「2024臺灣文化創意博覽會」藝文勞務採購案	平面媒體、網路媒體	113.08.01-113.09.01	文創發展司	總預算	文化創意產業發展業務	2,250,000	士奇傳播整合行銷股份有限公司	增加曝光度及推廣活動。	日本裝苑、日本FUDGE、日本ar、韓國Design Plus、(創意泰國) Creative Thailand、東森新聞雲、今日新聞網、三立新聞網等	
文化部	文化部社群營運	113年文化多元傳播計畫案	網路媒體	113.06.16-113.12.31	媒體公關組	總預算	文化創意產業發展業務	1,000,000	開物整合設計股份有限公司	有助本部政策及活動訊息露出,讓更多民眾了解本部政策推動及活動資訊。	「文化部」臉書粉專	
文化部	文化部社群營運	113年文化多元傳播計畫案	網路媒體	113.06.16-113.12.31	媒體公關組	總預算	人文文學及出版業務推展與輔導	500,000	開物整合設計股份有限公司	有助本部政策及活動訊息露出,讓更多民眾了解本部政策推動及活動資訊。	「文化部」臉書粉專	
文化部	培育台語家庭計畫	「113-114年提升參與培育台語家庭整合行銷計畫」藝文採購案	網路媒體(含社群媒體)	113.10.22-115.02.28	人文及出版司	總預算	人文文學及出版業務推展與輔導	500,000	台北市電腦商業同業公會	提升培育台語家庭計畫能见度,使民眾瞭解政策精神並積極參與,進而達成台語生活化目標。	厝內的台語聲Facebook、IG	
文化部	實體書店、創新書市、與本土語言相關之書店或推薦書目等資訊	「113年國家語言及實體書店議題採編」藝文採購案	平面媒體、網路媒體(含社群媒體)	113.01.05-113.09.30	人文及出版司	總預算	人文文學及出版業務推展與輔導	150,000	大智文創志業有限公司	增進大眾對國家語言之認識與興趣,並鼓勵前往書店消費及參與創新書市活動。	BIG ISSUE大誌雜誌、該雜誌Facebook及IG	
文化部	第15屆金漫獎頒獎典禮、展覽暨國際交流活動	「第15屆金漫獎頒獎典禮、展覽暨國際交流活動」藝文採購案	電視媒體、網路媒體(含社群媒體)	113.07.02-114.07.31	人文及出版司	總預算	人文文學及出版業務推展與輔導	150,000	臺灣電視事業股份有限公司	宣傳第15屆金漫獎頒獎典禮及電視公開播送。	金漫獎文化部共構網站、台灣電視台、台視綜合台、金漫獎Facebook、IG	
文化部	第48屆金鼎獎及第15屆金漫獎入圍暨得獎作品行銷推廣	「第48屆金鼎獎暨第15屆金漫獎入圍暨得獎作品行銷推廣」藝文採購案	網路媒體(含社群媒體)	113.06.07-114.04.30	人文及出版司	總預算	人文文學及出版業務推展與輔導	200,000	啟點行銷有限公司	提升金鼎獎、金漫獎入圍暨得獎作品曝光度,增加民眾接觸獲選之優質出版品機會。	金鼎獎Facebook 金漫獎Facebook、IG	

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12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」宣導圖文	為辦理「黃牛防制」宣導圖文設計製作案	網路媒體	113.12.25-113.12.30	媒體公關組	總預算	影視及流行音樂策劃與發展	148,000	城市美學文化事業股份有限公司	有助民眾知曉「黃牛防制」議題。	圖文創作者鼻妹臉書、IG	
文化部	文創法「黃牛條款」廣播	文創法「黃牛條款」廣播廣告案	廣播媒體	113.11.01-113.11.30	媒體公關組	總預算	影視及流行音樂策劃與發展	140,000	寶島新聲廣播電台股份有限公司	有助民眾知曉「黃牛防制」議題。	寶島聯播網	
文化部	文化部社群營運	113年文化多元傳播計畫案	網路媒體	113.06.16-113.12.31	媒體公關組	總預算	影視及流行音樂策劃與發展	900,000	開物整合設計股份有限公司	有助本部政策及活動訊息露出，讓更多民眾了解本部政策推動及活動資訊。	「文化部」臉書粉專	
文化部	攝影文化中心展覽宣傳	「113年度平面媒體(雜誌)刊登委託勞務採購案」(案號111145-A1、111145-A3)、平面與數位媒體委刊	平面媒體、網路媒體(含社群媒體)	113.01.01-113.12.31	藝術發展司	總預算	視覺及表演藝術之策畫與發展	297,100	國立臺灣美術館	提高展覽曝光度，觸及藝文專業人士及一般民眾，使大眾瞭解攝影文化中心及展覽內涵。	《鄉間小路》、《農傳媒》、《La Vie》、《Shopping Design》、《傳思Trensse》、《典藏今藝術》、《CANS當代藝術新聞》、《Cacao可口》、《藝情指揮中心》、《李文成》、《佐榮寫真館》、《文化銀行》	
文化部	臺灣文化名片傳遞計畫-PR TIMES新聞稿服務平台	113年度「臺灣文化名片傳遞計畫-PR TIMES新聞稿服務平台」勞務採購案	網路媒體	113.02.13-113.12.12	駐日本代表處臺灣文化中心	總預算	文化交流業務	176,633	株式會社PR TIMES	PR TIMES為日本目前市佔率最高的新聞稿發布平臺，日文中心透過該平臺發布年度計畫活動、臺灣相關文化活動之資訊及日文新聞稿，自112年2月13日至12月12日間共發佈52則新聞稿，點閱次數總計達5萬805次、新聞網站轉載總計達1,576次、媒體引用總計達134次，平均每則新聞稿獲約30個日本新聞網站轉載。	日本各網路媒體	
文化部	2024愛丁堡藝穗節臺灣季	「2024愛丁堡藝穗節臺灣季藝術行政統籌」勞務採購案	平面媒體、網路媒體	113.08.01-113.08.27	文化交流司	總預算	文化交流業務	550,000	中和創意國際有限公司	於指標性刊物及愛丁堡當地刊登投拍有助推廣我國表演藝術。	The List、The Fest、Fringe Brochure	
文化部	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、電視媒體	113.06.26-113.09.30	文化交流司	總預算	文化交流業務	3,135,100	財團法人文化臺灣基金會	增進國內外民眾了解文化奧運活動資訊，已達成28則電視新聞報導、逾70萬次網路新聞曝光、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12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	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 (含社群媒體)	113.06.26- 113.09.30	文化交流司	總預算	文化交流業務	1,524,900	財團法人文化臺灣基金會	拍攝製作文化奧運內容，提供文化部網路平台擴散。	1. 社群媒體：文化部Facebook及Instagram。 2. 原生內容合作。 3. 網路媒體：中時新聞網、ETtoday。	
文化部	113年度國際創意平臺交流活動	113年度國際創意平臺交流活動	平面媒體、 網路媒體	113.07.10- 113.12.08	文化交流司	總預算	文化交流業務	600,000	財團法人臺灣生活美學基金會	透過指標平面媒體及社群網路媒體宣傳「2024聲絢音樂節」與「2024未來媒體藝術節」年度大展；另運用Meta廣告加值服務及儲值金，強化貼文推廣有效促進訊息曝光度。	ACCUPASS、OPENTIX兩廳院文化生活網站、OPENTIX兩廳院文化生活、PAR表演藝術雜誌網站、典藏ARTouch.com網站、Facebook、Instagram社群媒體、非池中官網、非池中Facebook、非池中Youtube、臺灣當代文化實驗場C-LAB Facebook、臺灣當代文化實驗場C-LAB Instagram、藝術家雜誌593期10月號、ART iT 官方網站、ART iT Asia X(Twitter)、e-flux announcement 官網公告區、e-flux會員電子報、泛科學官網、泛科學YouTube、藝情指揮中心Podcast、藝情指揮中心Facebook、藝情指揮中心Instagram。	
文化部	《茶鄉茶香—從臺灣到蒙古西藏》特展	《茶鄉茶香—從臺灣到蒙古西藏》展場設計製作藝文採購案媒宣費	網路媒體	113.06.15- 113.11.10	蒙藏文化中心	總預算	蒙藏文化中心業務	106,000	台灣薪羅輯有限公司	宣傳展覽及教育推廣活動訊息，吸引各界親近多元族群文化藝術，豐富臺灣多元文化。	網路宣傳(FB、YT))	
文化部	《茶鄉茶香—從臺灣到蒙古西藏》特展	《茶鄉茶香—從臺灣到蒙古西藏》展覽新媒體行銷企劃採購案	網路媒體	113.06.15- 113.11.10	蒙藏文化中心	總預算	蒙藏文化中心業務	48,000	飛龍在天國際有限公司	宣傳展覽及教育推廣活動訊息，吸引各界親近多元族群文化藝術，豐富臺灣多元文化。	網路宣傳(FB及IG)	
文化部	西藏文化藝術節-天籟鼓韻音樂會	113年西藏文化藝術節-西藏音樂會專業行政事項規劃執行採購案媒宣費	平面媒體、 網路媒體、 廣播媒體	113.11.01- 113.11.27	蒙藏文化中心	總預算	蒙藏文化中心業務	90,000	八角店文創股份有限公司	運用平面媒體、網路及廣播等廣為宣傳，提高觸及率，行銷西藏文化藝術節品牌，體現臺灣多元文化的包容與融合。	1. 平面媒體(含捷運、跑馬燈等) 2. 網路宣傳(含FB、IG) 3. 廣播託播44檔次	
文化部	《年年有餘系列》特展	《年年有餘系列》展場設計製作藝文採購案媒宣費	網路媒體	113.12.07- 114.05.18	蒙藏文化中心	總預算	蒙藏文化中心業務	90,000	台灣薪羅輯有限公司	宣傳展覽及教育推廣活動訊息，吸引各界親近多元族群文化藝術，豐富臺灣多元文化。	網路宣傳(FB、YT)	

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12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交響派對-聲映經典·潮湧的時代臺灣歌謠演唱會	案號：A113022 「團隊品牌形象暨音樂欣賞推廣規劃及執行（2024/25樂季）」	廣播媒體	113.12-113.12	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	立陶宛室內樂團與國臺交	案號：A113022 「團隊品牌形象暨音樂欣賞推廣規劃及執行（2024/25樂季）」	廣播媒體	113.11-113.12	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交響派對-聲映經典·潮湧的時代」臺灣歌謠演唱會社群媒體宣傳	藝文活動宣傳(小額採購)	網路媒體	113.12-113.12	國立臺灣交響樂團	總預算	交響樂團業務	88,000	數碼藍圖行銷有限公司	推廣藝文欣賞。	社群平台	
國立臺灣交響樂團	國立臺灣交響樂團113年度音樂相關活動之「勁報」網路電子報圖片廣告費用	藝文活動宣傳(小額採購)	網路媒體	113.03-113.12	國立臺灣交響樂團	總預算	交響樂團業務	54,000	大成行銷事業股份有限公司	推廣藝文欣賞。	動報	
國立臺灣交響樂團	國立臺灣交響樂團2024年於高屏地區音樂會電臺廣告託播宣傳案	藝文活動宣傳(小額採購)	廣播媒體	113.02-113.11	國立臺灣交響樂團	總預算	交響樂團業務	149,000	內政部警政署警察廣播電臺	推廣藝文欣賞。	警廣高雄分臺	
國家鐵道博物館籌備處	活動時間、地點及報名資訊	2024年鐵道文化交流論壇活動	網路媒體(含社群媒體)	113.11.4起	展覽教育及公共服務組	總預算	國家鐵道博物館籌備業務	3,000	鼎坤國際整合行銷股份有限公司	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。	FB、Accupass	
國家鐵道博物館籌備處	展覽主視覺、開展期間、地點等資訊	大禮堂現地展設計製作券務採購案	網路媒體(含社群媒體)	114年6月起	展覽教育及公共服務組	總預算	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。	FB	本案相關網宣素材廠商已製作，費用於113年執行。原預計113年12月開展，後因配合政策延後至114年7月開展，故宣導期程配合延後。
文化部文化資產局	薪火相傳，匠心永續—攜手培育傳統匠師新力軍	文化資產局業務成果刊登於中央社2025世界年鑑	平面媒體	113.12	綜合規劃組	總預算	文化資產業務	98,000	財團法人中央通訊社	透過平面媒體發布文化資產局業務推動成果，期能推廣文資保存觀念。	中央社2025世界年鑑	
文化部文化資產局	【文化路徑專題 01】促進跨國交流與理解的歐洲文化路徑 【文化路徑專題02】共創的時代：臺灣文化路徑的跨界探索與整合實踐	「臺灣文化路徑整合推動平台執行計畫(第三期)」	網路媒體	113.12至114.12	綜合規劃組	總預算	文化資產業務	40,000	中原大學	增進臺灣文化路徑政策宣傳效益。	綠媒體 <a href="https://greenmedia.today/">https://greenmedia.today/</a>	

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12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
影視及流行音樂產業局	2024世界音樂節@臺灣	113年臺灣特色音樂國際展演提升與交流計畫	平面媒體、廣播媒體、網路媒體(含社群、新媒體)	113.07.01-113.12.01	流行音樂產業組	總預算	流行音樂產業輔導	360,000	風潮音樂經紀股份有限公司	推廣內容刊登、訊息發布及議題操作與執行。	1. 潮旅雜誌廣告製刊 2. 好事聯播網活動訊息OS製播 3. ICRT活動訊息OS製播 4. 迷迷音、dato:POPLIFE、故事StoryStudio、吹音樂社群貼文及專題報導 5. PODCAST:「告白那一刻」、「漂鳥旅行誌」	
影視及流行音樂產業局	第十五屆金音創作獎頒獎典禮暨亞洲音樂大賞系列活動	113年「金音創作獎頒獎典禮暨亞洲音樂大賞系列活動」	網路媒體(含社群媒體)	113.9.1-113.11.1	流行音樂組	總預算	流行音樂產業輔導	300,000	必應創造股份有限公司	活動資訊推廣。	1. Shopping Design-主視覺廣編網文、社群推播。 2. 吹音樂新聞稿(入圍公布記者會)代刊露出、編輯採訪廣編2篇。 3. 三立官方網站廣告版位 4. StreetVoice會員福利社贈票活動。	
國立傳統藝術中心	2025臺灣戲曲藝術節大廳旗艦製作	「2025臺灣戲曲藝術節」旗艦製作宣傳廣播：《百靈果NEWS》節目口播廣告	網路媒體	113.12.05-113.12.13	劇藝發展組	總預算	傳統藝術中心業務	32,000	綠洲道德有限公司	增加節目能見度，雙平台共計約10萬閱聽數。	PODCAST、YOUTUBE	
國立傳統藝術中心	2024新秀舞臺、戲曲夢工場、活動推廣及非系列性節目	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	113.04.20-113.12.15	劇藝發展組	總預算	傳統藝術中心業務	327,914	維肯媒體股份有限公司	提升觸及率，增加節目宣傳貼文能見度，臉書貼文觸及數435826次；Line Lap觸及數約11500次；Google Banner觸及數約5491次。	Facebook廣告、Line Lap、Google Banner	
國立傳統藝術中心	宣傳國立傳統藝術中心「2024門牌趣」活動	2024 門牌趣活動網路媒體合作媒宣費	網路媒體	113.10.30-113.11.8	營運推廣組	總預算	傳統藝術中心業務	48,000	國風傳媒有限公司	提升活動之媒體曝光率以吸引更多民眾了解進而參與。	《風傳媒》網站	
國立傳統藝術中心	國立傳統藝術中心113年展演活動於「主計月刊」刊登廣告宣傳	主計月刊廣告宣傳刊登費	平面媒體	113年1-12月	營運推廣組	總預算	傳統藝術中心業務	99,800	主計月報社	讓更多民眾藉此宣傳能了解並參與中心各式活動。	主計月刊	
國立傳統藝術中心	「2024亞太傳統藝術節勞務採購案」	2024亞太傳統藝術節勞務採購案	平面媒體、廣播媒體、電視媒體、網路媒體	113年8-10月	營運推廣組	總預算	傳統藝術中心業務	200,000	俠客行文創顧問有限公司	提升活動之媒體曝光率以吸引更多民眾了解進而參與。	1. 雜誌:文化快遞 2. 雜誌:鹽分地帶文學 3. 網路專文:Shopping Design網路專文 4. Podcast:劇場狂粉的日常 5. IG:走啊一起去看戲 6. FB廣告(6則) 7. KOL:卡夫卡去旅行 8. 聯禾電視網廣告	
國立傳統藝術中心	宣傳「第35屆傳藝金曲獎頒獎典禮」	第35屆傳藝金曲獎頒獎典禮暨系列活動策劃執行勞務採購案	廣播媒體	113.08.21-113.08.25	臺灣音樂館	總預算	傳統藝術中心業務	120,000	中國電視事業股份有限公司	透過電台宣傳，擴大活動能見度。	愛樂電台、好事聯播網	

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12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	狐仙、王熙鳳大鬧寧國府、天地一秀才鬧羅夢、三個人兒兩盞燈	國光劇團113年度數位廣告刊登	網路媒體	113.04.10-113.11.26	國光劇團	總預算	傳統藝術中心業務	120,000	維肯媒體股份有限公司	每檔總觸及數超過15萬次，提升臉書能見度，進而正面影響票房。	Facebook廣告	
國立傳統藝術中心	臺灣戲曲藝術節《精衛》演出訊息宣傳	國光劇團《精衛》廣告刊登	平面媒體	114.01.01-114.01.31	國光劇團	總預算	傳統藝術中心業務	38,300	聯經出版事業股份有限公司	觸及該雜誌發行量30,000份予民眾，增加能見度。	聯合文學	因本節目須配合文章刊登，為保留版面需求，與刊登媒體協調溝通後，本項目於113年辦理核銷。
國立傳統藝術中心	豫劇團賀歲公演宣傳	豫劇團賀歲公演宣傳廣告費	平面媒體	113.12.14	臺灣豫劇團	總預算	傳統藝術中心業務	20,000	台灣新生報業股份有限公司	讓更多民眾藉此宣傳能獲知演出信息，增加票房收益。	台灣新生報	
國立傳統藝術中心	豫劇團錦衣公演宣傳	豫劇團錦衣公演刊登網路廣告費	網路媒體	113.12.11-113.12.15	臺灣豫劇團	總預算	傳統藝術中心業務	5,550	維達班利股份有限公司	讓更多民眾藉此宣傳能獲知演出信息，增加票房收益。	LINE LAP網路廣告	
國立傳統藝術中心	第二屆歌仔上青-全國歌仔曲調大賽	「113年傳統戲曲競賽委託製作案」採購案	網路媒體	113.09.01-113.09.30	臺灣歌仔戲中心	總預算	傳統藝術中心業務	25,000	國眾電腦股份有限公司	提升活動之媒體曝光率以吸引更多民眾了解進而參與。	Facebook廣告	
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】委託「南台灣之聲廣播股份有限公司」廣告	廣播媒體	113.09-113.12	臺灣歌仔戲中心	總預算	傳統藝術中心業務	50,000	南台灣之聲廣播股份有限公司	增加演出宣傳資訊能見度及售票率。	南台灣之聲廣播股份有限公司	
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	113.09-113.12	臺灣歌仔戲中心	總預算	傳統藝術中心業務	60,000	台北數位集團	提升臉書貼文觸及率，增加演出宣傳貼文能見度及售票率。	Facebook	
國立傳統藝術中心	2024傳藝戲臺	「2024傳藝戲臺」委託「南台灣之聲廣播股份有限公司」廣告	廣播媒體	113.10.16-113.10.19	臺灣歌仔戲中心	總預算	傳統藝術中心業務	30,000	南台灣之聲廣播股份有限公司	讓更多民眾接收活動訊息。	飛碟聯播網	
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	113.06.13-113.12.31	臺灣國樂團	總預算	傳統藝術中心業務	98,000	藝騰文創事業有限公司	讓更多民眾藉此宣傳能了解並參與本團音樂會。	Facebook、IG、Line、愛樂電台	
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	大千廣播電台宣傳（小額採購）	廣播媒體	113.10.29-113.11.22	館長室	總預算	美術館業務	15,000	大千廣播電台股份有限公司	中彰投區收聽單日收聽人次至少420,000。	大千廣播電台股份有限公司	
國立臺灣美術館	2024國際科技藝術大展：靈魂的棲所	國立臺灣美術館展覽宣傳	網路媒體	113.12.04-113.12.20	館長室	總預算	美術館業務	25,000	大成報（大成行銷事業有限公司）	平均單日點閱率約49萬人次。	大成報	

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12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	2024亞洲藝術雙年展論壇	國立臺灣美術館活動宣傳	網路媒體	113.12.17-113.12.18	館長室	總預算	美術館業務	25,000	勁報(大成行銷事業有限公司)	平均單日點閱率49-70萬人次。	勁報	
國立臺灣美術館	2024國際科技藝術大展：靈魂的棲所	國立臺灣美術館展覽宣傳	廣播媒體	113.12.06-113.12.20	館長室	總預算	美術館業務	27,000	好家庭廣播股份有限公司	中部古典音樂廣播電台，以中部為主，收聽率高。	古典音樂台	
國立臺灣美術館	減壓：2024亞洲藝術雙年展論壇	「2024年度平面媒體(雜誌)刊登委託」勞務採購案	平面媒體	113.12.01-113.12.31	研究發展組	總預算	美術館業務	14,000	典藏雜誌社	月發行量25,000份，實體通路遍及全國，網路通路遍及全國。	典藏今藝術雜誌/no.387/P.14/雜誌廣告	
國立臺灣美術館	所有令人屏息的—2024亞洲藝術雙年展	「2024年度平面媒體(雜誌)刊登委託」勞務採購案	平面媒體	113.12.01-113.12.31	展覽組	總預算	美術館業務	13,000	藝術家雜誌社	月發行量22,000份，實體通路遍及全國，網路通路遍及全國。	藝術家雜誌/no.595/封面底/雜誌廣告	
國立臺灣美術館	114年全國美術展	「2024年度平面媒體(雜誌)刊登委託」勞務採購案	平面媒體	113.12.01-113.12.31	展覽組	總預算	美術館業務	14,000	典藏雜誌社	月發行量25,000份，實體通路遍及全國，網路通路遍及全國。	典藏今藝術雜誌/no.387/P.12/雜誌廣告	
國立臺灣美術館	所有令人屏息的—2024亞洲藝術雙年展	「2024亞洲藝術雙年展」展覽推廣策略整合及執行勞務採購案	社群媒體	113.11.15起	展覽組	總預算	美術館業務	106,000	固夏公關顧問有限公司	於國際知名藝術媒體平台曝光國美館國際展覽訊息，有助傳遞展覽訊息。	網站名稱：e-flux 網址：https://www.e-flux.com/announcements/636178/asia-art-biennial-2024how-to-hold-your-breath/	
國立臺灣美術館	所有令人屏息的—2024亞洲藝術雙年展	「2024亞洲藝術雙年展」展覽推廣策略整合及執行勞務採購案	社群媒體	113.10.18起	展覽組	總預算	美術館業務		固夏公關顧問有限公司	於國際知名藝術媒體平台曝光國美館國際展覽訊息，有助傳遞展覽訊息。	網站名稱：ArtAsiaPacific 網址： https://artasiapacific.com/news/weekly-news-roundup-october-18-2024	
國立臺灣美術館	所有令人屏息的—2024亞洲藝術雙年展	「2024亞洲藝術雙年展」展覽推廣策略整合及執行勞務採購案	社群媒體	113.10.18起	展覽組	總預算	美術館業務		固夏公關顧問有限公司	於國際知名藝術媒體平台曝光國美館國際展覽訊息，有助傳遞展覽訊息。	網站名稱：亞洲藝術雙年展臉書專頁 網址： https://www.facebook.com/aabntmofa?locale=zh_TW	
國立臺灣美術館	「中華民國第二十一屆國際版畫雙年展」徵件宣傳	「2024競賽型展覽網站暨線上報名系統、評審系統建置採購案」	網路媒體	113.12.25-114.02.05	展覽組	總預算	美術館業務	29,506	創創數位科技有限公司	Google廣告，預估執行曝光量50萬以上，投放區域_台灣區。	Google廣告，投放區域_台灣區	

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12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	國立臺灣美術館展覽及活動相關資訊	國立臺灣美術館展覽及活動相關資訊	網路媒體	113.07.01-113.12.31	教育推廣組	總預算	美術館業務	5,040	台灣連線股份有限公司	官方LINE帳號好友約1,390人，提供民眾館內更多展覽及活動相關資訊，增加與民眾的互動，並觸及更多潛在民眾。	國立臺灣美術館官方LINE帳號	
國立臺灣美術館	「113年政府專屬短碼簡訊發送服務案」-活動宣傳及通知	國立臺灣美術館展覽及活動相關資訊	網路媒體	113.08.04-114.08.04	教育推廣組	總預算	美術館業務	750	關貿股份有限公司	國立臺灣美術館會員及活動學員，提供活動相關資訊，增加與民眾的互動及連結，並觸及更多潛在民眾。	國立臺灣美術館會員及學員手機門號	
國立新竹生活美學館	「璞玉發光—全國藝術行銷活動」得獎者支援之個展雜誌廣告	藝文活動宣傳(小額採購)	平面媒體	113.12.01-113.12.31	推輔組	總預算	新竹生活美學館業務	14,000	藝術家雜誌	宣傳12月份「絮語」林政融漆畫創作個展之展覽資訊，鼓勵創作並提高藝術家與展覽曝光度，預計達1,000人觀展並瀏覽相關展覽資訊。	藝術家雜誌12月號單頁廣告1則	
國立彰化生活美學館	1.113年全國社會組合唱比賽 2.工藝逸境風采彰化特展	藝文活動宣傳(小額採購)	廣播媒體	1.113.06.18-113.08.31(涵蓋期程)；113.07.15-113.08.19(播出36檔) 2.113.10.24-113.12.01(涵蓋期程)；113.11.13-113.11.25(播出36檔)	研究發展組	總預算	彰化生活美學業務	18,000	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	
國立彰化生活美學館	工藝逸境風采彰化特展	藝文活動宣傳(小額採購)	廣播媒體	113.10.24-114.12.1(涵蓋期程)；113.11.1-113.12.30(中廣流行網FM102.1播出25檔、中廣新聞網AM720播出20檔、中廣鄉親網AM927播出45檔，共計90檔)	研究發展組	總預算	彰化生活美學業務	30,000	中國廣播股份有限公司	中國廣播電台屬全國性廣播體系，聽眾年齡層20至60歲，每日有超過1萬人次上網收聽節目。	中廣流行網FM102.1、中廣新聞網AM720、中廣鄉親網AM927	

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12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. 臺灣河川今貌-黃運祥厚工水彩個展 2. 春華秋實-陳志聲詩辭書法展 3. 藍染風華·湯文君藍染個展·女性工藝美學特展	藝文活動宣傳(小額採購)	電視媒體	1. 113.07.18-113.08.18(涵蓋期程); 113.07.19-113.07.29(播出80次) 2. 113.08.22-113.09.29(涵蓋期程); 113.08.22-113.08.30(播出66次) 3. 113.12.05-114.01.05(涵蓋期程); 113.12.05-113.12.12(播出58次)	研究發展組	總預算	彰化生活美學業務	18,000	財團法人彰化縣公益頻道基金會	財團法人彰化縣公益頻道源自於社區共同天線業者，本於回饋社會大眾之精神，統一製作各型態節目，並於固定頻道播放，收看年齡層為20至60歲人士，收視戶有410,000戶。	財團法人彰化縣公益頻道	
國立彰化生活美學館	藍染風華·湯文君藍染個展·女性工藝美學特展	藝文活動宣傳(小額採購)	平面媒體	113.12.05-114.01.05(涵蓋期程); 113.12.12(刊登1次)	研究發展組	總預算	彰化生活美學業務	18,000	台灣新生報業股份有限公司	台灣新生報除一般生活新聞外，也為航運、報關及進出口商提供專業知能服務，發展多元，有助於將展覽訊息推廣至不同族群。	台灣新生報	
國立彰化生活美學館	藍染風華·湯文君藍染個展·女性工藝美學特展	藝文活動宣傳(小額採購)	網路媒體	113.12.05-114.01.05(涵蓋期程); 113.12.06-113.12.16(刊登11日)	研究發展組	總預算	彰化生活美學業務	10,000	真晨報業有限公司	真晨報電子新聞網內容豐富多元，提供多樣廣告露出機會，本次宣傳點閱數為123,525次。	真晨報電子網	
國立彰化生活美學館	藍染風華·湯文君藍染個展·女性工藝美學特展	藝文活動宣傳(小額採購)	廣播媒體	113.12.05-114.01.05(涵蓋期程); 113.12.07-113.12.25(播出60檔)	研究發展組	總預算	彰化生活美學業務	18,000	南投廣播事業股份有限公司	南投廣播電台聽眾以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	
國立彰化生活美學館	第31屆全國績優文化志工表揚典禮	全國績優文化志工表揚獎勵及文化志工業務相關活動」藝文採購案	網路媒體	113.11.22(刊登17次)	推廣輔導組	總預算	彰化生活美學業務	0	太乙廣告行銷股份有限公司	透過網路媒體露出增加頒獎典禮的曝光度及觸及率。讓民眾知道文化服務的內容，也讓文化志工們與有榮焉。	大媒體新聞網、中央社(2次)、中華日報、台灣好新聞、台灣新聞雲、中時新聞網、中央社訊息平台、青年日報社、更生新聞網、大成報、民生好報、觀傳媒中彰投新聞、台灣新生報、中央通訊社、環球日報社	廠商回饋

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12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	113年中臺灣社區營造及村落文化協力計畫:中臺灣社區營造共學交流; 議題型潛力單位訪視	113年中臺灣社區營造及村落文化協力計畫	電視媒體、平面媒體、網路媒體	113.04.01-113.12.15(涵蓋期程); 113.06.21(電視媒體播出1次); 113.06.20-113.06.21(平面媒體刊登2次); 113.04.01-113.12.15(網路媒體(臉書及IG)刊登48次)	推廣輔導組	總預算	彰化生活美學業務	0	小孤子創意有限公司	透過有線電視、平面媒體、臉書、IG之廣泛宣傳,有助於推廣中臺灣社造共學交流系列活動及社造成果資訊。	影視新聞(電視媒體),創新聞(平面媒體)、中央社、中臺灣社造活動臉書及IG(網路媒體)	廠商回饋
國立臺南生活美學館	迴遊物—遊戲與生活美學特展(業務宣導)	中華日報社農民曆刊登平面廣告	平面媒體	113.11.29-114.01.31	推廣輔導組	總預算	臺南生活美學館業務	30,000	臺灣中華日報社股份有限公司	實體通路遍及全國,年度農民曆發行量5萬份。	中華日報社農民曆	
國立臺東生活美學館	宣傳青少年展演活動	113年文化百老匯青少年展演藝文勞務採購案	平面媒體、網路媒體	113.05.01-113.10.31	研究發展組	總預算	臺東生活美學館業務	20,000	臺東縣原住民觀光演藝及才藝發展協會	透過宣傳,讓更多民眾知道本展演活動訊息,以增加活動場次參與人數。	臉書、Instagram、更生日報	
國立臺東生活美學館	宣傳亞洲藝術節沖繩月開幕表演節目	亞洲藝術節日本沖繩月開幕表演節目徵求勞務採購案	電視媒體、網路媒體	113.10.05-113.11.03	研究發展組	總預算	臺東生活美學館業務	40,000	雙象文創有限公司	宣傳亞洲藝術節沖繩月開幕表演節目,增加參觀人次。	臉書粉絲專頁、新唐人電視台、聯合新聞網、奇摩新聞、中央社 CNA	
國立臺東生活美學館	宣傳後山文學獎頒獎典禮及文學推廣等相關活動	113年後山文學獎暨相關文學推廣活動勞務採購案	平面媒體、網路媒體、電視媒體	113.07.11-114.01.07	研究發展組	總預算	臺東生活美學館業務	100,000	木蘭文化事業有限公司	宣傳後山文學獎頒獎典禮及文學推廣等相關活動,讓更多人接觸文學。	更生日報、台視新聞、ETtoday新聞雲、東台有線電視	
國立臺東生活美學館	宣導生活美學報你知節目	藝文活動宣傳(小額採購)	廣播媒體	113.04.23-113.11.07	研究發展組	總預算	臺東生活美學館業務	39,900	內政部警政署警察廣播電臺(臺東分臺)	宣導東美館相關業務、政策等資訊內容。	警察廣播電臺	
國立臺東生活美學館	宣傳報導飲食文化成果展	藝文活動宣傳(小額採購)	電視媒體	113.11.09、113.11.19	研究發展組	總預算	臺東生活美學館業務	40,000	高品顧問有限公司	宣傳報導飲食文化成果展,增加參觀人次。	東台有線電視	
國立臺東生活美學館	宣傳後山文學獎新人獎頒獎典禮	藝文活動宣傳(小額採購)	平面媒體	113.12.08	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113年後山文學獎新人獎頒獎典禮及新書座談會。	更生日報	
國立臺東生活美學館	宣傳美學補助民間團體花蓮合唱團演出活動	藝文活動宣傳(小額採購)	平面媒體	113.12.07	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	宣傳美學補助民間團體花蓮合唱團演出活動,讓更多人認識該團。	更生日報	

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12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	宣傳美學補助民間團體地震寫生團展覽活動	藝文活動宣傳(小額採購)	平面媒體	113.12.13	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	宣傳美學補助民間團體地震寫生團展覽活動，應加觀展人次。	更生日報	
國立臺東生活美學館	宣傳工藝繞境、後山文學獎頒獎典禮	藝文活動宣傳(小額採購)	電視媒體	113.12.15、113.12.22	研究發展組	總預算	臺東生活美學館業務	20,000	高品顧問有限公司	宣傳工藝繞境活動，增加參觀人次、113年後山文學獎頒獎典禮，讓更多認識文學。	東台有線電視	
國立臺東生活美學館	宣傳工藝繞境、後山文學獎頒獎典禮	藝文活動宣傳(小額採購)	平面媒體	113.12.15、113.12.22	研究發展組	總預算	臺東生活美學館業務	10,000	更生日報社股份有限公司	宣傳工藝繞境活動，增加參觀人次、113年後山文學獎頒獎典禮，讓更多認識文學。	更生日報	
國立臺灣工藝研究發展中心	2024臺灣工藝節	「2024臺灣工藝節」活動規劃執行委託服務採購案	網路媒體 平面媒體	113.06.05-113.06.20	美學推廣組	總預算	工藝研究發展中心業務	400,000	聯合報股份有限公司	透過媒體宣傳製造議題，廣度宣傳活動。	聯合報臉書粉絲頁/開幕典禮直播1則；500輯臉書粉絲頁/短影音報導3則	
國立臺灣工藝研究發展中心	工藝遠境-彰化	一般活動推廣宣傳	網路媒體	113.11.22-113.11.28	美學推廣組	總預算	工藝研究發展中心業務	40,000	壹蘋新聞	透過媒體宣傳製造議題，廣度宣傳活動。	壹蘋新聞	
國立臺灣工藝研究發展中心	工藝遠境-彰化	一般活動推廣宣傳	廣播媒體	113.11.10-113.11.30	美學推廣組	總預算	工藝研究發展中心業務	50,000	壹蘋新聞	透過媒體宣傳製造議題，廣度宣傳活動。	正聲廣播	
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	113.10.01-113.12.16	美學推廣組	總預算	工藝研究發展中心業務	704,670	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、MotTimes數位雜誌廣告	
國立臺灣博物館	2024夜光尋堡活動行銷宣傳、廣告影片製作	「2024夜光尋堡活動規劃執行」藝文採購案(NTM11319b)	網路媒體	113.11.23-113.11.30	國立臺灣博物館教育推廣組	總預算	博物館業務之推展	106,000	禾云創意整合有限公司	Line@群發訊息觸及人數23萬7,685人次。	臺博館Line@	
國立臺灣博物館	守護精靈臺灣台語動畫「地底人入侵」首映宣傳	守護精靈臺灣台語動畫製作暨行銷宣傳(NTM11313a)	網路媒體	113.12.13-113.12.31	國立臺灣博物館教育推廣組	總預算	博物館業務之推展	30,000	冉色斯動畫股份有限公司	廣告觸及人數約56萬人次。	臺博館Line@	
國立臺灣博物館	守護精靈臺灣台語動畫「地底人入侵」首映宣傳	守護精靈臺灣台語動畫製作暨行銷宣傳(NTM11313a)	電視媒體	113.12.25-113.12.31	國立臺灣博物館教育推廣組	總預算	博物館業務之推展	0	冉色斯動畫股份有限公司	廣告觸及人數約2,170萬人次。	全家超商498台電子看板宣傳1週	廠商回饋
國立臺灣博物館	畫說臺博數位互動繪本宣傳影片製作	「畫說臺博數位互動繪本編製出版」藝文採購案(NTM11316b)	網路媒體	113.12.13-113.12.31	國立臺灣博物館教育推廣組	總預算	博物館業務之推展	50,000	根本文創事業有限公司	提供網路廣告使用。	Facebook、臺博館Line@	

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12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
國立臺灣博物館	畫說臺博數位互動繪本 宣傳短影音製作	活動宣傳(小額採購)	網路媒體	113.12.30- 113.12.31	國立臺灣博物館 教育推廣組	總預算	博物館業務 之推展	2,958	根本文創事 業有限公司	提供網路廣告使用。	Youtube	
國立臺灣博物館	畫說臺博數位互動繪本 出刊發行宣傳	活動宣傳(小額採購)	網路媒體	113.12.30- 113.12.31	國立臺灣博物館 教育推廣組	總預算	博物館業務 之推展	35,116	生洋網路股 份有限公司	Line@群發訊息觸及人數 約23萬5,754人次。	臺博館Line@	
國立臺灣博物館	畫說臺博數位互動繪本 出刊發行宣傳	活動宣傳(小額採購)	網路媒體	113.12.30- 113.12.31	國立臺灣博物館 教育推廣組	總預算	博物館業務 之推展	1,926	社群元宇宙 公司	FB廣告、Youtube觸及人 數約8萬432人次。	Facebook、Youtube	
國家人權博物館	「2024臺灣國際人權影 展」臉書宣傳	「2024臺灣國際 人權影展」委託 專業服務採購案	網路媒體	113.07.15- 113.12.13	展示教育組	總預算	博物館業務 之推展	22,000	想映電影有 限公司	向大眾宣傳影展系列活 動。	臉書粉絲專頁宣傳及經營管理	
國家人權博物館	2024人權藝術生活節正 式揭幕、2024人權藝術 生活節 天光照壁 迎向 光亮	「2024『人權藝 術生活節』系列 活動策展暨執行 推廣案」	網路媒體、 廣播媒體	113.11.23- 113.12.15	展示教育組	總預算	博物館業務 之推展	50,000	台灣水企劃 整合有限公司	關心藝文、人權之觀眾以 及領有文化幣資格青年觀 眾宣傳。	臉書粉專圖文廣告、教育廣播電台、漢 聲廣播電台	
國家人權博物館	2024人權市集教育推廣	2024人權市集執 行及推廣案	網路媒體	113.10.30- 113.12.10	景美管理中心	總預算	博物館業務 之推展	19,000	綠雷德創新 股份有限公司	所須之行銷規劃媒體及社 群平台露出，增加一般民 眾點閱及流量。	臉書及其他社群平台、google關鍵字 等。	
國立臺灣史 前文化博物 館	推廣國立臺灣史前文化 博物館協助辦理之學術 研討會	2024第十一屆博 物館研究國際雙 年學術研討會官 方網站及臉書社 群粉專頁	網路媒體(含 社群媒體)	113/09/11- 113/11/1	研究典藏組	總預算	館務業務活 動	30,000	貳島設計有 限公司	宣傳博物館研究國際雙年 學術研討會專家學者及 社會大眾。	國立臺灣史前文化博物館官方網站及臉 書社群粉專	
國立臺灣歷 史博物館	「聽海湧」與它的時 代：二戰下的臺籍戰俘 監視員特展、「寶島大 廟埕 館慶市集派對」及 「小樹市集 陪我一起長 大」館慶活動	「112-113年博物 館品牌活動之媒 體社群經營推 廣」	網路媒體	113.09.27- 113.10.03、 113.09.25- 113.10.25	公共服務與教育 組	總預算	博物館業務	237,145	潮網科技股 份有限公司	超過200萬次曝光及5萬點 擊次數。	國立臺灣歷史博物館官方臉書	
國立臺灣歷 史博物館	KOL宣傳國立臺灣歷史博 物館常設展、特展、本 館館慶市集	「112-113年博物 館品牌活動之媒 體社群經營推 廣」	網路媒體	113.08.18、 113.08.31、 113.09.28、 113.10.26	公共服務與教育 組	總預算	博物館業務	245,015	潮網科技股 份有限公司	超過16萬觀看數。	8月至10月期間共計完成4梯次，共12位 KOL，分別於各自經營之IG、FB和部落 格分享館內常設展、特展及活動	

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12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	國立臺灣歷史博物館參觀資訊	113年中華日報「農民曆·生活手冊」內頁廣告購買案	平面媒體	113.12-114.11	公共服務與教育組	總預算	博物館業務	30,000	臺灣中華日報社股份有限公司	15萬冊總份數預期將帶來超過15萬人次觀看數。	中華日報「農民曆·生活手冊」	
國立臺灣文學館	「力的多重宇宙—臺灣運動文學特展」及「打字機也會唱歌：捷克現當代文學展」	「中華日報廣告宣傳2檔特展」	平面媒體	113.11-12月	公共服務組	總預算	文學博物館業務	50,000	臺灣中華日報社股份有限公司	擴大臺文館兩檔特展曝光率。	中華日報	
國立臺灣文學館	2024館慶文學暢秋日市集	「2024館慶文學暢秋日市集規劃執行」採購案	網路媒體 (含社群媒體)	113.10月	公共服務組	總預算	文學博物館業務	30,000	好好工作室	擴大臺灣文學館館慶曝光率、提升國人閱讀習慣、創造文創市集討論氣氛。	Facebook	
國立臺灣文學館	走讀活動推廣：小封神藏寶圖、千層臺灣、集合吧！府城時空旅人	解謎遊戲暨走讀合作推廣案	網路媒體 (含社群媒體)	113年5-10月	公共服務組	總預算	文學博物館業務	20,000	芒果遊戲股份有限公司	走讀活動推廣、總觸及人次至少6千人。	Facebook	
國立臺灣文學館	文學處方箋「引錄劇場工作坊」活動影片製作	「療以自適：引錄劇場工作坊」拍攝紀錄影片	網路媒體	114年6-12月	臺北分館	總預算	文學博物館業務	115,000	李智慧	宣導文學處方箋相關活動時，增加觸及、報名人數及來館人數。	國立臺灣文學館臺文基地臉書粉專	委託拍攝並製作課程紀錄影片，用於114年度宣傳。
國立臺灣文學館	「力的多重宇宙—臺灣運動文學特展」及「打字機也會唱歌：捷克現當代文學展」、粉絲專頁廣告推播	「113年品牌行銷企劃及執行」採購案	網路媒體 (含社群媒體)	113年10-12月	公共服務組	總預算	文學博物館業務	285,714	大日嘉全球有限公司	網路廣告效益至少20日露出、保證250萬次以上曝光次數。廣告貼文之走期應至少5天，總計總計90萬次以上曝光次數。	GDN Google聯播網、臉書	
國立臺灣文學館	「2024臺灣文學獎創作獎」、「2024臺灣文學獎金典獎」	「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年10-12月	公共服務組	總預算	文學博物館業務	150,000	尤里西斯文化創意有限公司	1. 擴大臺灣文學獎創作獎、金典獎整體活動曝光率。 2. 提升創作獎、金典獎得獎書與作者知名度。	Openbook閱讀誌、聯合文學UNITAS網路雜誌、聯合文學雜誌11月號、日本電通集團-貝立德媒體採購代理商、臉書	含廠商回饋（詩文公益推廣），於台江台語文學季刊、台客詩刊各一則。
國立臺灣文學館	臺文基地年度文學推廣成果宣導	臺文基地113年度社群推廣所需採購	網路媒體	113年12月	臺北分館	總預算	文學博物館業務	5,000	申衫有限公司	宣導臺文基地年度文學推廣業務，增加粉專觸及至少10000次。	臺文基地臉書粉專	

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12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	文學Let's GO網站、走讀活動「尋找臺北的青搖籃」「灌溉理想種子：楊逵的文學花園」	「文學路徑走讀資源發展計畫(四)」採購案	平面媒體、網路媒體(含社群)	113.11.10-113.12.31	公共服務組	總預算	文學博物館業務	100,000	島內散步旅行社股份有限公司	1.文學Let's GO網站曝光 2.文學小旅行活動曝光 3.臺文館品牌形象提升	1.部落客<文學家之自媒體 2.旅讀	
財團法人國家文化藝術基金會	國藝會獎補助業務、線上誌與檔案庫文章推廣國藝會版書行銷活動	113年度社群媒體行銷宣傳	網路媒體(含社群媒體)	113.02.01-113.12.31	資源發展組	財團法人預算	其他業務支出	220,500	投石媒體行銷股份有限公司	增進國藝會線上誌、補助成果檔案庫之推廣效益，以促動各界對本會業務的相關了解。	FaceBook社群媒體	
財團法人國家文化藝術基金會	國家文藝獎推廣	第23屆國家文藝獎—委託廣告宣傳企劃及執行	網路媒體(含社群媒體)	113.03.12-113.12.15	資源發展組	財團法人預算	文藝獎項支出	400,000	投石媒體行銷股份有限公司	增進國家文藝獎的推廣效益，促進社會大眾對本屆得主之認識。	Facebook、Instagram、新聞聯播網、媒體專題合作(《故事》)	
財團法人臺灣生活美學基金會	「2024 FUTURE VISION LAB」活動網路媒體廣告宣傳，採購「藝情指揮中心」：音訊節目一集、Instagram社群貼文一篇、Instagram Reels 短影音一支	「2024 FUTURE VISION LAB」活動網路媒體廣告宣傳案	網路媒體	113.10.30-113.12.01	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	34,000	現場工作室	藝情指揮中心是臺灣最大的視覺藝術類 Podcast 節目，自2020年10月開播以來，持續每週更新，累積5,200名訂閱戶，Instagram粉絲數達1.9萬。節目以每週精選藝術新聞為主，近10集的平均播放次數達8,821次。2024 FUTURE VISION LAB透過藝情指揮中心的音訊節目，有效提升媒體能見度，並結合社群短影音推廣，累積觀看次數達2.8萬次。以活潑生動的風格，成功吸引年輕受眾的關注。	藝情指揮中心Podcast、藝情指揮中心Facebook、藝情指揮中心Instagram	
財團法人臺灣生活美學基金會	「2024 FUTURE VISION LAB」活動網路媒體廣告宣傳，採購PPAPER Instagram Reels短影音一支	「2024 FUTURE VISION LAB」活動網路媒體廣告宣傳案	網路媒體	113.12.08	行銷推廣組	財團法人預算	勞務成本	31,500	沛報國際有限公司	與PPAPER合作製作了一支短影音，發布於ppaper_magazine Instagram。短影音發布後成效顯著，累積觀看次數達3.3萬，觸及人數達22,269人次，並產生2,238次互動。透過社群平台的短影音推廣，成功提升了展覽的關注度及民眾的參與度。	ppaper_magazine 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。